

ABSTRAK

Website Zalora Indonesia mengalami penurunan *traffic rank*. Pengukuran kualitas *web* dengan menggunakan *WebQual 4.0* akan membantu pengelola *web* untuk dapat menyesuaikan kualitas *web* dengan persepsi pengguna. Faktor pendukung e-commerce salah satunya adalah *website*. Konsumen pada e-commerce dapat berinteraksi dengan perusahaan menggunakan *website*.

Tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengukur kualitas *website* Zalora Indonesia dengan menggunakan *WebQual 4.0* dan variabel kepuasan pengguna. Metode pengumpulan data menggunakan data primer berupa kuesioner yang melibatkan 384 responden di Kota Bandung yang pernah bertransaksi pada *website* Zalora Indonesia.

Penyebaran kuesioner dilakukan secara *online* dan *offline* serta data sekunder yang berupa buku-buku, artikel, dan jurnal referensi yang terkait pada masalah penelitian. Teknik analisis data dengan menggunakan analisis deskriptif. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan SPSS 20.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai kualitas *website* Zalora Indonesia, secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna *website* Zalora Indonesia. Hasil uji T menunjukkan bahwa tiga variabel secara parsial memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna *website* Zalora Indonesia yaitu *usability quality*, *information quality*, dan *service interaction quality*.

Berdasarkan hasil penelitian uji T pada *WebQual 4.0*, variabel *Information Quality* memiliki pengaruh yang terbesar. Dalam meningkatkan Kepuasan Pengguna, sebaiknya Perusahaan Zalora Indonesia mengutamakan *information quality* yaitu memberikan informasi pada detail yang tepat dengan penambahan fitur ulasan produk pada *website*.

Kata Kunci: *WebQual 4.0* dan Kepuasan Pengguna