

ABSTRAK

Berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi menjadikan *website* sebagai hal yang tidak terpisahkan dari sebuah organisasi maupun perusahaan untuk meningkatkan pelayanannya bagi pengguna atau pelanggan. Kualitas dari sebuah *website* tentunya harus diukur untuk mengetahui tingkat kepuasan penggunanya guna menjadi umpan balik bagi perusahaan, khususnya e-commerce yang menjadikan *website* sebagai media utama dalam setiap kegiatannya. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis kualitas *website* Lazada Indonesia dengan menggunakan metode WebQual 4.0, yang mengandung dimensi kualitas kegunaan, kualitas informasi dan kualitas layanan interaksi. Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk menganalisis pengaruh setiap dimensi WebQual 4.0 terhadap kepuasan penggunanya dan regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh dimensi WebQual 4.0 terhadap kepuasan penggunanya secara simultan.

Kata kunci: Kualitas *website*, WebQual, kepuasan pengguna, regresi linier