

ABSTRAK

Pertumbuhan jumlah pengguna internet di Indonesia juga telah meningkatkan bisnis baru dalam dunia digital yang disebut dengan perdagangan elektronik (*e-commerce*). Faktor pendukung pada kegiatan *e-commerce* adalah *website*. *Website* merupakan *platform* yang berperan penting bagi perusahaan *e-commerce* sebagai sarana jual beli antara penjual dan pembeli secara *online*. Dengan demikian, perusahaan *e-commerce* harus mampu menyajikan kualitas *website* yang sesuai dengan harapan konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas *website* pada Bukalapak berdasarkan penilaian konsumen di Indonesia. Variabel dalam penelitian ini adalah dimensi WebQual yaitu *usability*, *information quality* dan *interaction service*. Dengan menggunakan teknik IPA, penelitian ini juga akan menunjukkan atribut mana saja yang dapat dipertahankan, diperbaiki dan dikurangi prioritasnya untuk diperbaiki, sehingga pihak Bukalapak dapat meningkatkan kualitas *website*.

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif, dengan menggunakan Tingkat Kesesuaian (Tki) dan *Importance Performance Analysis* (IPA) sebagai teknik pengolahan data. Pengumpulan data dilakukan dengan cara *purposive sampling* kepada konsumen Bukalapak dengan jumlah sampel 385 orang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara keseluruhan, kinerja yang dilakukan oleh pihak Bukalapak belum memenuhi harapan konsumen karena seluruh atribut memiliki nilai Tki dibawah 100%. Berdasarkan analisis IPA, terdapat 2 atribut yang menjadi prioritas utama untuk diperbaiki, 10 atribut yang menjadi prioritas selanjutnya, dan 10 atribut yang kinerjanya perlu dipertahankan.

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan bagi pihak Bukalapak untuk mengutamakan perbaikan pada atribut-atribut yang berada pada wilayah kuadran A, dimana atribut tersebut memiliki nilai tingkat kepentingan yang tinggi namun nilai tingkat kinerja rendah. Atribut-atribut tersebut adalah tampilan *website* dan *detail* informasi. Atribut-atribut yang berada pada wilayah kuadran C, dimana atribut tersebut memiliki nilai tingkat kepentingan dan kinerja yang sama rendahnya lebih baik di pertahankan karena apabila diperbaiki pengaruh terhadap manfaat yang dirasakan oleh konsumen sangat kecil.

Kata Kunci: Bukalapak; IPA; *Kualitas Website*