

## ABSTRAK

Pos Indonesia merupakan salah satu perusahaan BUMN (Badan Usaha Milik Negara) yang mempunyai aset pendukung besar di Indonesia dalam bidang jasa kurir. Namun seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin maju, Pos Indonesia kurang adaptif dalam mengimplementasikan teknologi dalam pelayanan produk Pos Indonesia. Penggunaan *website* yang diharapkan mampu meningkatkan operasional layanan belum mampu berjalan dengan maksimal.

Melalui penelitian ini akan dilakukan pengukuran kualitas *website* Pos Indonesia melalui variable WebQual (*Usability*, *Information Quality*, dan *Interaction Quality*) dan Kepuasan Pengguna secara parsial dan simultan. Metode Pengumpulan data menggunakan data primer berupa kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden terkait dengan penelitian ini melalui online dan offline. Teknik analisis data yang digunakan untuk memecahkan masalah, menggunakan analisis regresi linier berganda untuk menguji hipotesis secara sekaligus.

Berdasarkan hasil pengolahan data pada penelitian ini menunjukkan bahwa sub variabel *Usability* dan *Information Quality* memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pengguna dan pada perhitungan secara simultan Webqual berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Sedangkan penilaian pengguna terhadap kualitas *website* Pos Indonesia menunjukkan nilai kategori baik.

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka untuk meningkatkan Kepuasan Pengguna, Pos Indonesia diharapkan meningkatkan *Usability* dan *Information Quality* pada *website* Pos Indonesia karena dua sub variabel tersebut yang berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pengguna. Sub variabel *Information Quality* mempunyai tingkat pengaruh yang paling tinggi, jika ditingkatkan maka dapat secara signifikan akan meningkatkan Kepuasan Pengguna, misalnya dengan memberikan informasi dengan detail yang tepat melalui *website* Pos Indonesia.

Kata Kunci: WebQual (*Usability*, *Information Quality*, dan *Interaction Quality*) dan Kepuasan Pengguna