

ABSTRAK

Pertumbuhan pengguna internet di dunia sangat pesat juga mendorong pertumbuhan bisnis *e-commerce*. Dalam 5 tahun terakhir pertumbuhan *e-commerce* didominasi negara-negara Asia dengan pertumbuhan terbesar di China, India dan Indonesia. Dengan semakin berkembangnya pengguna internet dan *e-commerce* maka peranan website sangatlah penting untuk menunjang kegiatan bisnis. Perusahaan *e-commerce* harus menyadari bahwa penentu utama keberhasilan bukan sekedar memiliki website dan memberikan harga barang yang rendah, tetapi memberikan layanan website *e-commerce* yang berkualitas.

Obyek study dalam penelitian ini adalah website Blanja.com yang merupakan website *e-commerce* yang merupakan kerjasama antara Telkom dan Ebay. Penelitian dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas website terhadap kualitas informasi yang diberikan, nilai-nilai yang dirasakan (*value*) serta niat pelanggan untuk loyal (*loyalty intentions*) terhadap website *e-commerce*. Pendekatan teori yang digunakan adalah menggunakan metode Webqualtm dimana variabel kualitas website terdiri dari *Interactivity*, *Online Completeness*, *Easy of Use*, *Entertainment* dan *Trust*. Analisis data dilakukan dengan metode *Structural Equation Modeling* untuk menunjukkan tingkat signifikansi antar variabel. Populasi yang menjadi obyek penelitian ini adalah pengunjung website Blanja.com baik yang pernah melakukan transaksi pembelian maupun hanya sekedar melakukan kunjungan tanpa pembelian (*window shopping*)

Setelah dilakukan survei terhadap 410 responden, maka dari hasil pengolahan data didapatkan hasil bahwa keseluruhan variabel kualitas website berpengaruh signifikan terhadap kualitas informasi. Kualitas informasi berpengaruh signifikan terhadap nilai yang dirasakan (*value*), dan *value* berpengaruh signifikan terhadap *loyalty intentions*. Sedangkan model yang digunakan dalam penelitian ini bisa digunakan untuk memprediksi pengaruh kualitas website terhadap kualitas informasi. Dari analisis deskriptif diketahui bahwa *online completeness* memiliki prosentase paling rendah, sehingga harus ditingkatkan dengan menyediakan kebutuhan barang yang lebih beragam. Untuk variabel yang berpengaruh paling signifikan adalah *entertainment*, sehingga faktor tampilan visual website merupakan hal paling penting yang perlu ditingkatkan dalam bisnis *e-commerce*.

Keyword : *e-commerce*, *website quality*, *information quality*, *value*, *loyalty intentions*