ABSTRAK

Tokopedia merupakan salah satu *online marketplace* di Indonesia yang memiliki andil besar dalam binis jual beli *online.* Namun seiring dengan bertumbuhnya teknologi dan semakin maraknya *online marketplace* yang lain, *website* Tokopedia menjadi semakin menurun peringkatnya dan kurang adaptif dalam pengimplementasian teknologi pelayanan *website*. Peningkatan layanan *website* yang diharapkan mampu mendongkrak peringkat dan kepuasan pengguna *website* Tokopedia belum maksimal.

Penelitian ini akan melakukan pengukuran kualitas *website* Tokopedia melalui dimensi Webqual 4.0 (*usability, information quality, service interaction*) dan variabel kepuasan pengguna. Metode pengumpulan data menggunakan data primer berupa kuisioner yang dibagikan kepada responden berjumlah 138 dan orang secara *online* melalui media sosial dan data sekunder yang diambil dari buku-buku dan jurnal referensi terkait masalah penelitian. Dari kuisioner yang telah disebar didapatkan 116 kuisioner yang valid. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dengan perhitungan statistic. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan SPSS 23.

Berdasarkan pengolahan data dapat diketahui bahwa persepsi pengguna terhadap *usability*, *information quality*, *service interaction* termasuk dalam kategori baik. Sedangkan berdasarkan pengaruh ketiga variabel tersebut terdapat dua variabel yang berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna yaitu *usability* dan *service interaction*. Sedangkan variabel *information quality* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna.

Berdasarkan hasil penelitian maka yang harus difokuskan untuk peningkatan adalah *service interaction* karena memiliki presentase pengaruh yang tinggi terhadap kepuasan pengguna yaitu sebesar 62,7%. Misalkan dengan menggunakan bahasa yang sopan dan mudah dipahami oleh pengguna ketika berkomunikasi, memberikan standard dalam berkomunikasi dengan calon pelanggan.

Kata Kunci: webqual, kegunaan, kualitas informasi, layanan interaksi, kepuasan pelanggan