

ABSTRAK

Penelitian ini membahas analisis kepuasan pelanggan situs Tokopedia.com berdasarkan variabel *ease of use*, *e-scape*, *responsiveness*, dan *assurance*. Keempat variabel tersebut diuji signifikansinya terhadap variabel *e-satisfaction* untuk mengetahui seberapa besar korelasi antara variabel tersebut dengan kepuasan pelanggan situs Tokopedia.com. Dari hasil pengujian hipotesis, terbukti bahwa kesemua variabel, yaitu *ease of use*, *e-scape*, *responsiveness*, dan *assurance* memiliki hubungan positif dengan variabel *e-satisfaction*.

Dari hasil penelitian, terlihat bahwa secara umum tingkat kepentingan masih di bawah harapan anggota situs Tokopedia.com. Hal ini terlihat bahwa nilai tingkat kinerja sebenarnya dengan tingkat kepentingan anggota situs Tokopedia.com masih bernilai negatif untuk keseluruhan variabel, dengan nilai rata-rata *gap* secara umum adalah -0,33. Untuk nilai *gap* terendah dimiliki oleh variabel *responsiveness*, yaitu dengan nilai *gap* sebesar -0,15 dan untuk nilai *gap* tertinggi dimiliki oleh variabel *ease of use* dengan nilai *gap* sebesar -0,61.

Dalam merancang sebuah program rekomendasi, sebelumnya dilakukan urutan prioritas perbaikan dari tiap variabel dengan cara memperhatikan letak variabel dalam diagram tingkat kepentingan-kinerja sebenarnya serta tingginya *gap* pada tiap variabel. Urutan perbaikan tersebut dimulai dari variabel *ease of use* (kuadran I/*expected*), kemudian dilanjutkan oleh variabel *e-scape* dan *responsiveness* (kuadran IV/*low impact*), dan urutan prioritas terakhir, yaitu variabel *assurance* (kuadran II/*high impact*). Rekomendasi program disusun berdasarkan hasil *benchmark* dengan situs *online shopping* di Indonesia dan luar negeri. Berdasarkan hasil konfirmasi dengan pihak Tokopedia, maka program rekomendasi yang diajukan, yaitu *Most Viewed/Most Selling*, *Your Recent History*, *Vertical Research*, *Recommendation*, *Web Using Demo*, Perluasan Pemanfaatan Browser, *Contacts Number*, *Free Consultation with our Customer Services*, Perluasan Cara Pembayaran. dan SSL.

Kata kunci : *online shopping*, *e-service quality*, *e-satisfaction*