

ABSTRAK

Perkembangan dan peningkatan penggunaan internet menciptakan kemudahan aktivitas dalam melakukan kegiatan jual beli pada *e-commerce*. Ditambah dengan adanya tren baru dalam jual beli elektronik yaitu *m-commerce*. Setiap tahunnya pertumbuhan *m-commerce* selalu mengalami peningkatan ditandai dengan aktivitas pelaku *e-commerce* di Indonesia yang menggunakan perangkat *mobile* sebagai wadah baru dalam menjual produk dan jasa. Memberikan *mobile service quality* yang baik akan sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *mobile service quality* Bukalapak terhadap kepuasan konsumen.

Melalui penelitian ini akan dilakukan pengukuran penilaian pelanggan dengan dimensi efisiensi, konten, ketersediaan sistem, privasi, pemenuhan, responsive, kompensasi, kontak, dan *billing* terhadap kepuasan konsumen Bukalapak

Jumlah sampel pada penelitian ini berjumlah 385 responden yang pernah menggunakan Bukalapak pada perangkat *mobile* selama 5 bulan terakhir. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan SPSS 23

Berdasarkan hasil pengolahan data, *mobile service quality* berpengaruh signifikan secara simultan dan didapatkan empat dimensi yang berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen yaitu efisiensi, konten, pemenuhan, dan *billing*.

Berdasarkan hasil penelitian, Bukalapak sebaiknya mengutamakan kepuasan konsumen melalui efisiensi, konten, pemenuhan dan *billing*. Misalnya memberikan promo bulanan, meningkatkan respond dan kecepatan dalam navigasi halaman, cepat tanggap dalam menyiapkan paket pesanan, dan melengkapi konten dan deskripsi detail produk

Kata kunci : *e-commerce*, *m-commerce*, *service quality*, *mobile service quality*, kepuasan pengguna