

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk meneliti efektivitas dimensi kualitas jasa *Website* toko *Online* Arkara sebagai media promosi terhadap kepuasan pelanggan di wilayah – Bandung. Objek penelitian ini berada di Kota Bandung.

Metode Penelitian yang dipakai adalah metode penelitian deskriptif dan *survey explanatory* dengan menggunakan teknik pengambilan sampling secara teknik *convenience sampling*.

Penelitian ini menggunakan analisis nilai jenjang (*linear continuum*) untuk mengetahui seberapa efektif dimensi kualitas jasa *Website* toko *Online* Arkara sebagai media promosi terhadap kepuasan pelanggan wilayah – Bandung, analisis jalur (*path analysis*), dan analisis koefisien determinasi (*R Square*), serta melakukan pengujian hipotesis berdasarkan hasil pengolahan data.

Hasil penelitian ini menyimpulkan tanggapan pelanggan terhadap dimensi kualitas jasa *Website Website* toko *Online* Arkara sebagai media promosi secara umum berada pada kondisi yang baik. Selain itu pada kepuasan pelanggan secara umum pengunjung *Website* di wilayah Bandung juga berada pada kondisi yang baik.

Hasil analisis statistik yang dilakukan memperlihatkan bahwa dimensi kualitas jasa *Website* toko *Online* Arkara sebagai media promosi memiliki pengaruh secara parsial yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di wilayah Bandung.

Kata kunci : Dimensi Kualitas Jasa *Website*, *Information Quality*, *Website Usability and Design*, *Reliability*, *Responsivennes*, *Assurance*, *Personalization*, dan Kepuasan Pelanggan.