

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *website functionality*, *perceived usability*, dan *perceived usefulness* terhadap kepuasan pelanggan *e-commerce* Bukalapak Indonesia. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana *website functionality*, *perceived usability*, dan *perceived usefulness* yang diberikan Bukalapak kepada pelanggannya, serta besarnya pengaruh *website functionality*, *perceived usability*, dan *perceived usefulness* secara simultan dan parsial terhadap kepuasan pelanggan Bukalapak Indonesia.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal. Pengambilan *sampel* dilakukan dengan metode *non probability sampling* jenis *Purposive Sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 400 orang. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif variabel *perceived usability*, dan *perceived usefulness* secara keseluruhan berada dalam kategori baik tetapi variabel *website functionality*, dan kepuasan pelanggan secara keseluruhan berada dalam kategori cukup baik. Hasil teknik analisis regresi linier berganda *website functionality*, *perceived usability*, dan *perceived usefulness* secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Bukalapak. Besarnya pengaruh *website functionality*, *perceived usability*, dan *perceived usefulness* secara bersama-sama sebesar 68,4% terhadap kepuasan pelanggan dan sisanya 31,6% dipengaruhi oleh faktor lain misalnya faktor *perceived risk*, atau *trust* yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Secara parsial *website functionality* dan *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan *perceived usability* memiliki pengaruh namun tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Besarnya pengaruh paling tinggi yaitu *perceived usefulness*, *website functionality* dan pengaruh paling rendah yaitu *perceived usability*.

Kata Kunci : *Website Functionality*, *Perceived Usability*, *Perceived Usefulness* dan Kepuasan Pelanggan.