

ABSTRAK

Seiring perkembangan teknologi dan semakin mudahnya *gadget* yang digunakan, membuat segala hal bertransformasi menjadi digital dan mengubah polagaya hidup masyarakat saat ini.. Proses digitalisasi terjadi hampir disemua hal seperti “pasar” yang awal mulanya konsumen berinteraksi atau bertatap muka dengan penjual dan melakukan transaksi di tempat langsung untuk saat ini telah berubah menjadi “pasar virtual atau pasar *Online*”, yaitu suatu interaksi yang dapat dilakukan kapan saja dan saat itu juga tanpa harus berinteraksi langsung dan bertatap muka langsung dengan penjual dan transaksi pun dapat dilakukan dengan mudah hanya, contohnya seperti: Tokopedia. Tokopedia. Setiap bulannya lebih dari 16,5 juta produk terkirim ke pembeli yang tersebar di seluruh Indonesia dengan angka transaksi mencapai triliunan rupiah-perbulannya dari *iprice.co.id* Tokopedia setiap bulannya mencapai di angka 66ribu pengunjung di setiap bulannya.

Tingginya angka pengunjung pelanggan Tokopedia menggambarkan bahwa *e-service quality* dan kepuasan pelanggan terhadap Tokopedia sangat tinggi. Jumlah orang yang menggunakan aplikasi tokopedia atau dikatan konsumen.

E-service Quality Tokopedia dipengaruhi oleh salah satunya yaitu respon yang dilakukan Tokopedia dalam mengatasi keluhan pelanggan, serta kemudahan konsumen dalam mencari produk yang di inginkan selain itu cara bertransaksi yang mudah di pahami. Kepuasan pelanggan diciptakan konsumen dari ulasan yang dibaca calon pembeli setiap ingin membeli produk di lapak penjual yang akan meningkatkan minat pembelian serta komentar positif dari konsumen tersebut. Hadirnya pasar virtual atau *Market place* sebagai salah satu strategi pemasaran menjadi lebih efisien dan lebih cepat.

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui Pengaruh *E-service Quality* Tokopedia terhadap Kepuasan pelanggan pengguna (*online mobile application* Tokopedia) Metode penelitian yang digunakan adalah metode

kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Telkom University Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik sampel nonprobabilitas. Adapun teknik analisis data pada penelitian ini adalah jenis data yang dikumpulkan bersifat ordinal data tersebut diperoleh dari hasil pengisian kuisioner oleh responden yang memilih jawabannya dari sangat setuju sampai dengan sangat tidak setuju. *Method of Successive Interval* digunakan untuk mengubah data ordinal menjadi data interval.

Adapun hasil dalam penelitian ini adalah Pengaruh *e-service quality* terhadap kepuasan pelanggan pengguna (online mobile application Tokopedia) pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Telkom University yaitu, Persepsi konsumen terhadap *e-service quality* yang ditawarkan oleh Tokopedia secara keseluruhan sudah termasuk dalam kategori baik dan Tingkat kepuasan pelanggan Tokopedia secara keseluruhan sudah termasuk dalam kategori baik. Berdasarkan hasil pengujian Dari hasil penelitian dan pembahasan pada variabel *e-service quality*, diketahui dimensi yang memiliki nilai terendah adalah *privacy* yang diperlukan pada pernyataan “C Tokopedia menjaga keamanan mengenai informasi pribadi pelanggan terhadap situs lain”. Saran peneliti bagi perusahaan guna mengantisipasi dan memaksimalkan keamanan data para pelanggannya adalah dengan senantiasa melakukan tingkat keamanan dan pemutakhiran pada servernya secara berkala.

Kata Kunci: *e-service quality*, Kepuasan Pelanggan, Pemodelan *Method of successive interval (MSI)*