

ABSTRAK

Pada era modern saat ini, pengguna internet di Indonesia meningkat terus-menerus setiap tahunnya. Industri *e-commerce* di Indonesia berkembang sangat pesat dan telah menduduki peringkat pertama di Asia Tenggara. Beberapa *e-commerce* buatan Indonesia telah berstatus *unicorn* salah satunya Bukalapak.com. Sebagai penunjang bisnis dan penyedia Platform perdagangan elektronik, Bukalapak menjamin keamanan dan kenyamanan bagi para Pengguna. Untuk memberikan pelayanan yang terbaik, Bukalapak menyediakan metode pembayaran baru berupa dompet digital Bukadana yang merupakan hasil kolaborasi Bukalapak dengan Dana. Bukadana diyakini dapat memberikan kecepatan, kemudahan dan jaminan keamanan dalam bertransaksi yang dapat menguatkan kepercayaan masyarakat terhadap reliabilitas Bukalapak sebagai *platform* belanja *online*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan elektronik (*E-Service Quality*), keputusan penggunaan dan kepuasan pelanggan fitur Bukadana di Bukalapak. Pengukuran *E-Service Quality* melibatkan tujuh dimensi yang terdiri dari yang terdiri dari *efficiency*, *fulfillment*, *system availability*, *privacy*, *responsiveness*, *compensation*, dan *contact*.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal. Latar penelitian *non contrived setting* dan berdasarkan waktu pelaksanaan *cross section*. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner online yang disebarkan kepada 300 pengguna fitur Bukadana di Bukalapak. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknis model statistik *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan model persamaan *Covariance Based Structural Equation Modeling* (CB-SEM) dan analisis statistik LISREL 8.8 untuk menjelaskan hubungan setiap item dalam variabel dan mengkonfirmasi model.

Dari penelitian ini, hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa *efficiency* dan *privacy* berpengaruh signifikan terhadap *usage decision*. Sedangkan *fulfillment*, *system availability*, *responsiveness* dan *compensation* tidak berpengaruh signifikan terhadap *usage decision*. Dan *usage decision* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*.

Melalui penelitian ini dapat mengevaluasi masing-masing dimensi dan indikator dari *e-service quality* pada fitur Bukadana di Bukalapak. Selain itu dapat menjadi panduan dalam meningkatkan *usage decision* dan *customer satisfaction* agar dapat memaksimalkan profitabilitas perusahaan dan bertahan dalam persaingan bisnis dunia digital.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan Elektronik, Keputusan Penggunaan, Kepuasan Pelanggan, Covariance Based Structural Equation Modeling (SEM).