

ABSTRAK

Industri *e-commerce* di Indonesia berkembang sangat pesat. Bahkan pada tahun 2021, Indonesia menduduki peringkat pertama dengan jumlah pengguna *e-commerce* tertinggi di dunia. Saat ini Indonesia memiliki banyak perusahaan *e-commerce*, salah satunya adalah Bukalapak. Namun, rata-rata kunjungan website Bukalapak cenderung menurun dari Kuartal I 2020 sampai dengan periode Kuartal IV 2022.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Website yang terdiri dari Kegunaan, Kualitas Informasi, dan Kualitas Interaksi Layanan yang dimiliki Bukalapak terhadap Kepuasan Pengguna situs Bukalapak.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan tujuan penelitian kausal. Dalam penentuan responden dilakukan dengan menggunakan teknik sampling *non probability sampling* yaitu *purposive sampling*. Sehingga pada penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 400 responden. Kemudian, teknik analisis data yang digunakan adalah Regresi Linear Berganda dengan bantuan software SPSS Versi 25.

Hasil dari penelitian ini adalah dimensi Kegunaan dan Kualitas Interaksi Layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna situs Bukalapak, sedangkan dimensi Kualitas Informasi secara parsial memiliki pengaruh positif namun tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna situs Bukalapak. Kemudian berdasarkan uji hipotesis secara simultan, diketahui bahwa variabel Kualitas Website yang terdiri dari Kegunaan, Kualitas Informasi, dan Kualitas Interaksi Layanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna situs Bukalapak.

Saran yang dapat diberikan kepada pihak Bukalapak yaitu untuk melakukan perbaikan pada variabel Kualitas Interaksi Layanan dengan lebih meningkatkan keamanan pada situs Bukalapak agar dapat mengurangi terjadinya kasus penipuan atau pembajakan akun pengguna Bukalapak. Sehingga, dengan begitu akan menciptakan kepercayaan pengguna terhadap situs Bukalapak yang berujung pada terbentuknya kepuasan pengguna situs Bukalapak.

Kata kunci: Kualitas Website, Kepuasan Pelanggan, *E-commerce*