

## ABSTRAK

Pengguna internet di Indonesia yang sangat pesat akan menarik di berbagai sektor kehidupan, dengan teknologi *smartphone* yang semakin berubah dan mudah, orang Indonesia memanfaatkan teknologi tersebut untuk mulai berbelanja secara *online*. P-Clothes merupakan salah satu usaha kecil yang memasuki pasar *modern* dengan penggunaan sosial media seperti Line, Instagram, Facebook dan juga menggunakan *website*. P-Clothes telah menggunakan *website* sejak tahun 2015 dengan alamat website [www.p-clothes.com](http://www.p-clothes.com). Dengan penggunaan *website*, P-Clothes memberikan berbagai informasi mengenai berita acara, informasi produk dan lain-lain. Sebagai salah satu industri *clothing* di Kota Bandung, konsumen produk p-clothes sudah sampai ke provinsi-provinsi yang ada di Indonesia bahkan sampai ke luar negeri, dimana dengan penggunaan *website* dapat dilakukan oleh p-clothes untuk menjangkau konsumennya.

Pada Penelitian ini menggunakan menggunakan pendekatan *e-service quality*. Definisi dari E-Service Quality adalah model kualitas jasa *online* yang paling komprehensif dan integratif, komprehensif dan integratif dikarenakan dimensi yang relevan dan secara menyeluruh memenuhi kebutuhan untuk mengevaluasi kualitas jasa elektronik.

Dalam Penelitian ini yang menjadi sampel penelitian adalah konsumen *online* p-clothes yang diambil dari sosial media Line @P-Clothes yang dimana konsumen tersebut sudah mengunjungi *website* p-clothes dan diambil sebagai responden sebesar 374 responden.

Pada tingkat harapan dimensi *e-service quality* terdiri dari 21 pertanyaan yang disebarkan kepada 374 responden. Pada tingkat kinerja dimensi *e-service quality* terdiri dari 21 pertanyaan yang disebarkan kepada 374 responden dan pada akhirnya dilakukan pengukuran *Importance Performance Analysis* (IPA) digunakan untuk melihat indikator-indikator dari hasil pengukuran kualitas pelayanan berdasarkan tingkat kinerja dan tingkat harapan

Kesimpulan yang didapat untuk Kinerja *e-service quality* pada *online* shop p-clothes berdasarkan hasil analisis deskriptif secara keseluruhan berada dalam kategori sangat baik. Sedangkan harapan *e-service quality* pada *online* shop p-clothes berdasarkan hasil analisis deskriptif secara keseluruhann berada pada

kategori sangat tinggi. Berdasarkan hasil penelitian menggunakan *importance performance analysis* dapat diketahui bahwa dimensi pelayanan yang penting dan perlu diperbaiki terdapat tiga dimensi yaitu dimensi reliabilitas pada aspek *website* selalu tersedia untuk diakses dan aspek *website* selalu berfungsi dengan baik sebagaimana mestinya (cepat tanggap dalam membalas), Dimensi daya tanggap pada aspek Mmemberikan informasi penyebab pesanan yang datang tidak tepat waktu dan Dimensi kompensasi pada aspek bersedia melakukan pengembalian biaya produk bila terjadi kehabisan stok ditengah pemesanan produk.

**Kata Kunci :** *E-Service Quality, Importance Performance Analysis.*