

## ABSTRAK

Saat ini internet menjadi andalan bagi para pebisnis, transaksi jual beli melalui internet ini disebut *e-Commerce*. Tingginya pertumbuhan *e-Commerce* dan ketatnya persaingan menuntut para pelaku bisnis *online* untuk meningkatkan kualitas *website* bisnis *online* tersebut untuk meningkatkan kepuasan pengguna *website*.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui analisis pengaruh kualitas *website* (*WebQual*) terhadap kepuasan pengguna bukalapak di kota Bandung. Penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan jenis *convenience sampling*.

Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda. Berdasarkan hasil analisis data ditemukan bahwa variabel yang terdiri dari *usability*, *information quality*, dan *service interaction quality* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna.

*Usability* (X1) berada pada kategori Sangat Baik dengan persentase sebesar 82.88%; variabel *Information Quality* (X2) berada pada kategori Sangat Baik dengan persentase sebesar 88.21%; dan variabel *Service Interaction Quality* (X3) berada pada kategori Baik dengan persentase sebesar 78.89%.

Kualitas *website* Bukalapak menurut pendapat pengguna dari sudut pandang *WebQual* termasuk dalam kategori Sangat Baik dengan presentase 84.31%. Berdasarkan Uji-t *WebQual* Bukalapak secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna dikarenakan  $p\text{-value} < \alpha$  ( $0,000 < 0,05$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Berdasarkan uji-F, *WebQual* Bukalapak secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna, dikarenakan  $p\text{-value} < \alpha$  ( $0,000 < 0,05$ ), maka  $H_0$  ditolak.

**Kata kunci:** customers to customers (C2C), e-commerce, kualitas website, regresi linier berganda, webqual.