

ABSTRAK

Pengguna internet di dunia setiap tahunnya mengalami peningkatan yang pesat. Indonesia menempati peringkat ke-4 sebagai negara dengan pengguna internet terbanyak dengan total 171,26 juta pengguna. Internet menjadi wadah bagi perusahaan untuk meraup keuntungan dari *online advertising*. Perusahaan media perlahan mulai bergerak menggunakan kesempatan ini. Salah satu pihak yang memanfaatkannya adalah Detikcom sebagai penyedia situs berita *online*. Detikcom merupakan *pioneer* penyedia berita *online* di Indonesia. Dalam 2 tahun terakhir Detikcom mengalami penurunan pada *engagement* situsnya, yaitu *daily page views per visitor* dan *duration*. Tingginya tingkat persaingan menuntut Detikcom untuk menjaga kualitas *website* dengan harapan bisa memberikan kepuasan bagi pengguna *website* Detikcom. Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas *website* Detikcom agar bisa menyesuaikan kualitas web dengan kepuasan pengguna. Oleh karena itu penelitian ini menggunakan metode WebQual 4.0 yang berfokus pada *usability quality*, *information quality*, dan *service interaction quality* terhadap kepuasan pengguna. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan masyarakat Kota Bandung dan pernah mengakses *website* Detikcom.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan seluruh dimensi WebQual 4.0 memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna *website* Detikcom. Selain itu, variabel pada dimensi WebQual 4.0 yaitu *usability quality*, *information quality*, dan *service interaction quality* secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pengguna *website* Detikcom

Kata kunci : *usability quality*, *information quality*, *service interaction quality*, kepuasan pengguna, webqual 4.0