

## ABSTRAK

Bagi sebuah perusahaan, memiliki *website* adalah suatu keharusan sebagai wujud eksistensinya secara *online*. Kepuasan *User* merupakan ukuran penting kualitas *website*. Tujuan dari penelitian ini adalah Mengetahui besarnya jarak persepsi dan harapan pelanggan terhadap kualitas situs Laku6.com.

Menurut Barnes dan Vidgen (dalam Punyani, 2015) terdapat 22 instrumen dari Usability, Information Quality, dan Service Interaction dengan pengukuran ini, kekuatan dan kelemahan dari situs sicepat dapat diidentifikasi, dan kualitas serta kegunaan dari situs web dapat ditingkatkan.

Objek penelitian ini adalah Pelanggan Laku6 yang pernah mengakses situs Laku6.com. Pengumpulan data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden. Teknik yang diambil dari *nonprobability sampling* adalah teknik *purposive sampling*. Analisis data ini menggunakan deskriptif dan *Importance Performance Analysis*.

Nilai gap yang diperoleh negatif, menandakan perusahaan harus melakukan perbaikan dengan lebih meningkatkan kualitas pada atribut *WebQual*. Terdapat empat kuadran hasil pengolahan yaitu kuadran A, B, C, dan D. Dimensi yang memiliki gap terbesar adalah *Service Interaction* dengan selisih gap sebesar -0.29. Hasil tersebut menunjukkan nilai negatif yang berarti bahwa kualitas aktual (Persepsi) yang dirasakan saat ini belum dapat memenuhi kualitas ideal (Harapan) yang diinginkan pengguna, maka tingkat kualitas dinyatakan masih kurang baik. Bagi penelitian lain, dapat melakukan penelitian lebih lanjut dari penelitian ini dengan menggunakan analisis terhadap hubungan antara tingkat kepuasan pengguna dengan karakteristik pengguna.

**Kata kunci:** *WebQual, IPA, Laku6, Website*