

ABSTRAK

kemajuan teknologi informasi telah mempengaruhi cara manusia melakukan proses transaksi 64.8% populasi di Indonesia menggunakan internet tingginya pengguna internet sejalan dengan perkembangan E-Commerce. Tercatat sebanyak 154 juta orang di Indonesia melakukan kegiatan E-Commerce. Salah satu faktor pendukung konsumen melakukan kegiatan E-commerce yaitu kualitas website. Kualitas suatu website dapat diukur menggunakan Webqual 4.0 yang berguna untuk menilai website e-commerce berdasarkan persepsi konsumen yang terdiri dari *usability*, *information quality* dan *service interaction*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas website terhadap e-purchase decision menurut persepsi responden, untuk mengetahui Metode penelitian yang digunakan ialah deskriptif kausal, teknik sampling yang digunakan non probability sampling dengan jenis purposive sampling. Pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden dengan melakukan pendekatan Bernoulli. Berdasarkan analisis deskriptif mengungkapkan besarnya nilai kualitas website 79.89% dikatakan dalam kategori kuat dan e-purchase decision sebesar 79,27% dikatakan dalam kategori kuat. Website Quality mempengaruhi variabel E-Purchase Decision sebesar 63,7% sedangkan 36.3% dipengaruhi variabel yang tidak diteliti.

Kata Kunci : *E-Commerce*, kualitas website, *E-Purchase Decision*, *Webqual 4.0*