

## ABSTRAK

Tokopedia merupakan salah satu *e-commerce* di Indonesia dalam .Persaingan antara *e-commerce* di Indonesia bisa dikatakan ketat. Hanya dengan beberapa bulan jumlah pengunjung Tokopedia perbulanya tidak mengalami peningkatan yang besar. Berdasarkan observasi permasalahan pada Tokopedia ditemukan adanya konsumen yang merasa komplain mereka diabaikan, merasa di tuduh oleh Tokopedia dengan alasan melanggar ketentuan, Tokopedia juga mengalami pencurian data pengguna baru-baru ini. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap *e-service quality* Tokopedia, bagaimana kepuasan konsumen Tokopedia, dan pengaruh *e-service quality* pada kepuasan Tokopedia.

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dengan menyebar kuesoner dengan 22 pernyataan dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Responden yang mengisi kuesoner adalah mahasiswa Universitas Telkom dan pernah menggunakan Tokopedia.

Pada uji F hasilnya adalah jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $354,792 > 3,94$ ) dan tingkat signifikansinya lebih kecil dari 0,005 maka variabel *e-service quality* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Pada uji T hasilnya *e-service quality* secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan Tokopedia. Berdasarkan hasil koefisien determinasi maka variabel *e-service quality* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Tokopedia sebesar 78,4% dan sisanya 20,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian

Kesimpulannya adalah *e-service quality* Tokopedia masuk dalam kategori baik, namun ada beberapa dimensi yang harus diperbaiki terutama pada dimensi *privacy* dan *responsiveness* tingkat kepuasan konsumen Tokopedia sendiri masuk dalam kategori cukup baik. Berdasarkan penelitian ini *e-service quality* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Maka jika *e-service quality* Tokopedia baik maka kepuasan pelanggan dari Tokopedia juga akan meningkat.

Kata Kunci: *E-Service Quality*, Kepuasan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan