

## ABSTRAK

Pelayanan (*service*) oleh Kotler (2009:386) adalah, setiap tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip tidak berwujud dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan

Kotler&Keller (2009:169) juga menyatakan bahwa, Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Pendekatan teori pada penelitian ini menggunakan teori 5 dimensi kualitas pelayanan Kotler. Yaitu *tangible*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance*.

Sampel dalam penelitian ini adalah *seller* subforum *distro clothing* pada situs Kaskus, dimana teknik sampling yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan metode *sampling* Slovin.

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert. Penulis menggunakan skala Likert karena skala ini dipergunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan *onlineseller* subforum *distro clothing* pada situs Kaskus dengan pendekatan 5 dimensi pelayanan Kotler yakni *Tangible*, *Empathy*, *Reliability*, *Responsiveness*, dan *Assurance* cukup baik. Nilai dari keseluruhan pernyataan tiap dimensi memiliki persentase skor akhir masing-masing sebesar 77.3%, 76.1%, 75.9%, 76.3%, 77.3% yang tergolong baik.

**Kata Kunci** : *Kualitas, Online Seller, Dimensi Pelayanan, Quality Service Kotler.*