

INTISARI

Perkembangan teknologi yang sangat pesat beberapa tahun terakhir menyebabkan munculnya berbagai macam jenis bisnis yang berbasis internet, salah satunya adalah Tokopedia sebagai marketplace yang mempertemukan penjual dan pembeli secara online. Judul penelitian ini adalah “Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use* dan *E-Service Quality* terhadap *E-Customer Satisfaction* pada perdagangan online Tokopedia” yang bertujuan untuk menganalisis bagaimana penerimaan penggunaan teknologi dan kualitas pelayanan elektronik yang dirasakan pelanggan dalam mempengaruhi kepuasan dalam melakukan transaksi pada situs Tokopedia.

Subjek dalam penelitian ini adalah pelanggan yang telah melakukan transaksi minimal 2 kali dalam satu tahun terakhir di situs Tokopedia. Penelitian ini dilakukan dengan jumlah sampel sebanyak 125 responden menggunakan teknik pengambilan sampel berupa teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling* dan menggunakan metode survei dengan menyebarkan kuesioner menggunakan *Google Forms*. Alat analisis untuk menganalisis data yaitu dengan SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*).

Hasil penelitian yang diperoleh berdasarkan pada uji asumsi klasik menyatakan bahwa model regresi linier berganda layak untuk dilakukan penelitian. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use* dan *E-Service Quality* berpengaruh secara signifikan terhadap *E-Customer Satisfaction*.

Kata kunci : *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *E-Service Quality*, *E-Customer Satisfaction*.

ABSTRACT

The rapid development of technology in recent years led to the emergence of various types of Internet-based businesses, one of which is Tokopedia as a marketplace that brings together sellers and buyers online. The title of this research is "influence of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and E-Service Quality of E-Customer Satisfaction on Tokopedia Online Shop Customers" aimed at analyzing how the acceptance of technology use and the quality of electronic services that are felt to influence the satisfaction of doing transactions on the Tokopedia website.

The subjects in this study are customers who have made transactions at least 2 times in the past year on the Tokopedia site. This research was conducted with a total sample of 125 respondents using a non-probability sampling technique with a purposive sampling method and using a survey method by distributing questionnaires using Google Forms. The analytical tool for analyzing data is the SPSS (Statistical Package for Social Sciences).

The result of classical assumption test show the regression model is proper. Based on the analysis that has been done, the results show that Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and E-Service Quality significantly influence E-Customer Satisfaction.

Keywords : Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, E-Service Quality, E-Customer Satisfaction.