

ABSTRAK

Julia Mauriceka. Nim : 150300370 **Persepsi Konsumen Mengenai Kualitas Website** (Studi Pada Website Super Adventure Dengan PT Ajita Indonesia Yang Berperan Sebagai Digital Creative Agency). Tugas Akhir, Jakarta : Politeknik App. Juli 2018.

Tugas akhir ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi konsumen terhadap kualitas website superadventure.co.id yang telah dibuat dan dikelola konten di dalamnya oleh team dari PT Ajita Indonesia. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif deskriptif. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini melalui riset lapangan dengan menyebarkan kuesioner online yang dapat diisi melalui google form ke 50 responden yang merupakan *member* website dari superadventure.co.id dan riset kepustakaan yaitu informasi yang didapat dari buku-buku ataupun jurnal yang berhubungan dengan penelitian ini. Metode yang digunakan dalam penelitian ini dengan uji validitas dan reabilitas serta diolah dengan analisis tabulasi sederhana. Data yang diperoleh selanjutnya diolah dan disajikan dalam bentuk tabel dan diagram untuk lebih mudah dipahami dan dimengerti oleh pembaca. Dari hasil penelitian yang berdasarkan data yang sudah diperoleh dan diolah diketahui bahwa tiga indikator kualitas website yaitu kegunaan (*usability*), kualitas informasi (*information quality*), dan kualitas interaksi (*interaction quality*) memiliki nilai sebesar 3,69 yang berada dalam interval kelas 3,41 – 4,20 yang berarti memiliki nilai yang baik dimata penggunanya

Kata Kunci : Persepsi, Kualitas, Website, Pengguna Website, Webqual