

ABSTRAK

Tokopedia merupakan salah satu aplikasi *e-commerce* yang beroperasi di Indonesia yang perusahaannya telah bertransformasi menjadi perusahaan *unicorn*. Hingga saat ini Tokopedia sudah menjangkau 99% kota dengan memiliki lebih dari 12 juta *seller* dan mencapai rating pertama pengunjung tertinggi mulai dari kuartal I hingga kuartal III 2021 menurut laporan *iprice*. Pada penelitian ini, dilakukan implementasi model *DeLone & McLean IS Model Success* untuk mengetahui faktor yang paling berpengaruh pada *net benefits marketplace* Tokopedia yang diadopsi *seller* dengan responden sebanyak 250. Terdapat enam variabel pada model teori *DeLone & McLean IS Model Success* yang diukur untuk mengidentifikasi *net benefits* (manfaat bersih) *marketplace* yaitu manfaat bersih (*net benefits*), penggunaan (*use*), kepuasan pengguna (*user satisfaction*), serta kualitas informasi (*information quality*), kualitas sistem (*system quality*), dan kualitas layanan (*service quality*). Data responden yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada *seller* aplikasi *marketplace* Tokopedia dilakukan identifikasi faktor yang berpengaruh, dengan diolah dan dianalisis secara statistik kuantitatif menggunakan pengukuran teknik analisis *Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS)* dengan software *SmartPLS*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan yang dimediasi penggunaan memiliki nilai pengaruh paling besar pada *net benefits marketplace* Tokopedia yang diadopsi *seller* sebesar 7,932, dari hasil uji hipotesis yang didapatkan bahwa kualitas sistem (*system quality*) berpengaruh secara signifikan serta positif terhadap penggunaan (*use*) sebesar 2,164 dan kepuasan pengguna (*user satisfaction*) sebesar 3,135, kualitas informasi (*information quality*) berpengaruh secara signifikan serta positif terhadap penggunaan (*use*) sebesar 4,197 dan kepuasan pengguna (*user satisfaction*) sebesar 2,220, kualitas layanan (*service quality*) berpengaruh secara signifikan serta positif terhadap penggunaan (*use*) sebesar 7,932 dan kepuasan pengguna (*user satisfaction*) sebesar 4,829, penggunaan (*use*) berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap manfaat bersih (*net benefits*) sebesar 6,822, kepuasan pengguna (*user satisfaction*) berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap manfaat bersih (*net benefits*) sebesar 3,807. Serta didapatkan hasil bahwa teori model *DeLone & McLean IS Success Model (2003)* mampu menjelaskan *net benefits* aplikasi *marketplace* Tokopedia sebesar 64,2% dan dikategorikan moderat.

Kata kunci: *Net benefits, Marketplace, Seller, Tokopedia, DeLone & McLean IS Model Success*