

ABSTRAK

Berkembangnya pengguna internet yang semakin pesat, menjadi pasar yang potensial untuk dimasuki para pelaku bisnis. Selain itu, dengan meningkatnya jumlah pengguna internet, menciptakan peluang bagi perusahaan-perusahaan untuk menciptakan sebuah model bisnis elektronik yang dapat menyediakan berbagai produk sesuai kebutuhan masyarakat yaitu *e-commerce*. Perusahaan *e-commerce* yang terpopuler di Indonesia adalah Lazada.co.id dan Mataharimall.com. Kualitas *website e-commerce* dapat berpengaruh pada banyaknya pelanggan yang memutuskan untuk berbelanja pada *e-commerce* tersebut, untuk mengetahui tinggi rendahnya kualitas sebuah *website* tentunya mengacu pada sebuah standar. Dengan demikian, sebuah organisasi harus dapat melakukan cara terbaik dengan meningkatkan layanan *website* untuk dapat terus bersaing. Penelitian ini membandingkan *website quality* dari Lazada.co.id dan Mataharimall.com.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif untuk menggambarkan kualitas *website* dan karakteristik responden dan alat ukur yang digunakan adalah kuesioner yang disebarakan kepada 400 responden Lazada.co.id dan Mataharimall.com. Dari hasil penelitian ini maka terdapat perbedaan pada dimensi *Usability*, *Information Quality*, dan *Service Interaction*, dan terdapat perbedaan *Website Quality* pada kedua *website* tersebut. Lazada.co.id unggul dari Mataharimall.com pada ketiga dimensi *Usability*, *Information Quality* dan *Service Interaction*.