

ABSTRAK

Indonesia merupakan negara dengan jumlah populasi mencapai 269,54 juta jiwa yang 63,5% atau 171,17 juta jiwa di antaranya adalah pengguna internet aktif (APJII, 2018). Hal ini meningkatkan persaingan di bidang bisnis agar selalu berinovasi mengikuti perkembangan zaman. Salah satu perusahaan yang berinovasi dengan teknologi internet adalah Elzatta yang menggunakan *website* untuk mempromosikan produknya dan mendeskripsikan perusahaannya. Untuk membantu agar lebih memahami apa yang diinginkan oleh pengunjung, *website* membutuhkan alat untuk melihat statistik dari pengunjung yaitu Google Analytics.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hasil statistik analisis *website* Elzatta menggunakan Google Analytics, jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif menggunakan teknik pengumpulan data observasi di kantor Elzatta dan data sekunder dari Google Analytics Elzatta.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa pengunjung Elzatta pada 1 Januari 2020 – 30 Juni 2020 total 187.163 pengunjung dan mengalami peningkatan setiap bulannya, rata-rata pengunjung perempuan usia 18 tahun hingga 34 tahun berasal dari Indonesia terutama kota Jakarta, Surabaya dan Bandung, terbanyak mengakses dengan *mobile phone* lewat *browser* atau sosial media Facebook dan Instagram. *Bounce rate* tinggi yaitu 51,48%, yang artinya 96.351 pengunjung *sessions*-nya gagal. Dan terakhir *goals: place an order* menunjukkan ada 1.226 orderan dengan kuantitas 2.934 produk pada 1 Januari 2020 – 30 Juni 2020.

Kata Kunci: Elzatta, Google Analytics, *Website*