

## ABSTRAK

Dewasa ini masyarakat Indonesia kian gemar melakukan hobi ber-*travelling*, dengan kehadiran internet, masyarakat kian di mudahkan untuk mencari maskapai pilihan, serta hotel yang tepat sesuai dengan yang mereka inginkan, dengan harga yang bervariasi. Hal ini mendatangkan peluang bagi pelaku usaha di bidang *travel agencies* untuk menciptakan jenis usaha yang berbasis *online*, dua perusahaan yang paling mendominasi pasar di Indonesia saat ini ialah Traveloka dan Tiket.com

Traveloka dan Tiket.com sebagai dua perusahaan yang bersaing di pasar pada industry saat ini harus mampu untuk dapat menganalisa websitenya yang dimana menjadi media utamanya dalam berbisnis. Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan *website quality* dari Traveloka dan Tiket.com, serta bagaimana perbedaan pendapat konsumen antara sub variabel dari *WebQual 4,0* dan bagaimana perbedaan pendapat konsumen terkait *Website Quality* dari Traveloka dan Tiket.com

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif untuk menggambarkan masing-masing dari kualitas website serta karakteristik dari responden. Alat ukur pada penelitian ini ialah kuesioner yang di bagikan kepada 400 responden. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah Uji Mann-Whitney, dan hasil yang didapatkan ialah terdapat perbedaan pada dimensi *Usability* dan *Service Interaction*, akan tetapi tidak terdapat pada *Information Quality*, dan terdapat perbedaan pada *Website Quality* Traveloka dan Tiket.com. Traveloka unggul secara keseluruhan pada tiga dimensi yakni, *Usability*, *Information Quality*, *Service Interaction*.