

Pada saat ini, kegunaan aplikasi menjadi primadona tersendiri bagi perusahaan dalam memasarkan produk mereka. Sehingga membuat menjamurnya aplikasi-aplikasi *online shop* di Indonesia. Salah satu aplikasi yang mengikuti tren ini adalah Zalora. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan peminat tingkat kualitas aplikasi Zalora berdasarkan penilaian pengguna terhadap kualitas (actual) yang dirasakan dan kualitas (ideal) yang diharapkan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif dengan pendekatan dimensi UTAUT yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating condition* yang dinilai berdasarkan perspektif tingkat kinerja (*performance*) dan tingkat kepentingan (*importance*). Responden yang diteliti dalam penelitian ini berjumlah 100 pengguna dengan menggunakan teknik sampling insidental.

Dari penelitian ini didapatkan hasil bahwa secara keseluruhan terdapat nilai kesenjangan (*gap*) yang bernilai negatif antara kualitas aktual (*performance*) dan kualitas ideal (*importance*) sebesar (0,075). Nilai kesenjangan (*gap*) paling besar adalah dimensi *information quality* dengan nilai (0,2). Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas aktual yang dirasakan belum bisa memenuhi kualitas ideal yang diinginkan pengguna aplikasi Zalora terutama dari atribut kualitas yang berhubungan dengan *facilitating condition* dalam aplikasi. Indikator yang menjadi prioritas perbaikan diantaranya adalah tampilan aplikasi yang menarik, adanya pengalaman positif saat menggunakan, informasi dalam format yang sesuai dan memiliki reputasi yang baik.

Kata Kunci: Kualitas aplikasi, UTAUT, Importance Performance Analysis.