

Abstrak

Dewasa ini perkembangan *internet* sangatlah pesat, dalam dunia bisnis perusahaan sering kali memanfaatkan peran internet di dalamnya. Salah satu cara mendekati diri dengan konsumen, perusahaan menggunakan *website*. Pada saat ini, kegunaan *website* menjadi salah satu cara tersendiri bagi perusahaan untuk memasarkan produknya, selain itu kegunaan website lainnya agar memudahkan konsumen mendapatkan informasi yang dicarinya. Salah dua perusahaan yang mengikuti tren ini adalah Cinema 21 dan CGV Blitz. Kedua perusahaan bioskop di Indonesia itu memaksimalkan *website* untuk memberikan kemudahan bagi konsumennya.

Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan kualitas *website* dari kedua perusahaan Cinema 21 dan CGV Blitz. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif dengan menggunakan metode Webqual 4.0 berdasarkan 3 dimensi di dalamnya yaitu *Usability*, *Information Quality* dan *Service Interaction*. Sumber data diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 400 responden di Bandung. Teknik analisis data yang digunakan adalah Uji Beda *Mann-Whitney*. Dari penelitian ini terdapat hasil perbedaan yang signifikan antara kualitas website Cinema 21 dan CGV Blitz dimana *website* Cinema 21 lebih unggul dari ketiga dimensinya yaitu *Usability*, *Information Quality* dan *Service Interaction*.

Kata Kunci : *Internet*, *Website*, *Kualitas Website*