

## ABSTRAK

Di era digital saat ini masyarakat Indonesia sudah mulai menggemari belanja melalui *e-commerce*. Jumlah konsumen *e-commerce* dari tahun ke tahun terus mengalami peningkatan. Pengguna *e-commerce* di Indonesia saat ini tidak hanya berupa *web site* dan sudah berkembang melalui aplikasi pada *smartphone*. Hampir semua jual beli *online* sekarang menggunakan aplikasi mengacu pada pemimpin pasar *e-commerce customer to customer* seperti Bukalapak dan Tokopedia telah memanfaatkan aplikasi sebagai media transaksinya. Dengan semakin ketatnya persaingan diantara perusahaan yang memiliki kemiripan tersebut tentunya harus terus melakukan inovasi dengan pengembangan produknya agar dapat dapat menentukan strategi yang tepat guna lebih meningkatkan kualitas layanan aplikasinya. Kualitas aplikasi dapat dilihat melalui persepsi konsumen tentang *usability* (kualitas penggunaan) aplikasi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan *usability* pada aplikasi Bukalapak dan Tokopedia melalui model PACMAD dengan metode deskriptif untuk menggambarkan masing-masing *usability* aplikasi serta karakteristik dari responden. Teknik analisis yang digunakan adalah uji beda *Mann Whitney* menggunakan SPSS versi 23 sebagai *software* statistiknya. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 400 responden yang dibagi 200 responden Bukalapak dan 200 responden Tokopedia.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa **terdapat perbedaan yang signifikan** dengan nilai signifikansi  $(0,042) < 0,05$  dan berdasarkan analisis deskriptif melalui garis kontinum, *usability* aplikasi Bukalapak dan Tokopedia termasuk dalam kategori baik. Aplikasi Tokopedia unggul pada 5 sub variabel *usability* yaitu *Effectiveness*, *Satisfaction*, *Learnbility*, *Memorability*, dan *Cognitive Load*, sedangkan aplikasi Bukalapak unggul pada 2 sub variabel *usability* yaitu *Efficiency* dan *Errors*.

Kata Kunci : *e-commerce* ,*customer to customer*, Aplikasi, *Usability*, PACMAD Model