

ABSTRAK

Perkembangan internet telah memberikan dampak positif bagi masyarakat khususnya bagi perusahaan untuk menarik minat pembeli. Hal ini dimanfaatkan oleh perusahaan untuk membuka bisnis *website e-commerce* di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas *website* Blibli.com dan Blanja.com menggunakan *webqual 4.0* dan *Importance Perfomance Analysis*, serta untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan kualitas pada *website* Blibli.com dan Blanja.com.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan menggunakan metode kuantitatif untuk membandingkan kualitas *website* dari kedua perusahaan yaitu Blibli.com dan Blanja.com. Sumber data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner ke 200 responden dengan populasi pengguna *website* Blibli.com dan Blanja.com di Kota Jakarta. Teknik analisis data pada penelitian ini adalah Uji Mann-Whitney.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *website* Blibli.com dengan skor rata-rata 73,6% dan Blanja.com dengan skor rata-rata 71,1% dapat dikatakan *website* termasuk dalam kategori baik. Berdasarkan analisis WebQual dan IPA pada *website* Blibli.com terdapat gap sebesar 3,6% sedangkan Blanja.com sebesar 5,8% terhadap kinerja *website* dengan harapan ideal pengguna. Dari penelitian ini terdapat perbedaan yang signifikan antara kualitas *website* Blibli.com dan Blanja.com pada dimensi *usability* dan *information quality* dimana *website* Blibli.com lebih unggul dari ketiga dimensinya yaitu *Usability*, *Information Quality* dan *Service Interaction*.

Kata Kunci: *Webqual, IPA, e-commerce, Mann-Whitney*