ABSTRAK

Meningkatnya penggunaan internet di Indonesia, membuat kegiatan belanja *online* semakin mudah dilakukan. Dilihat dari hasil survei yang dilakukan oleh MARS Indonesia, produk yang paling sering dibeli secara *online* adalah produk pakaian. Menurut hasil riset yang dilakukan oleh JakPat, produk pakaian ini termasuk ke dalam kategori produk yang paling dicari oleh masyarakat selama bulan ramadhan. Indonesia dengan penduduk mayoritas muslim, memberikan peluang bagi *e-commerce fashion* muslim untuk berkembang. Beberapa *e-commerce fashion* muslim yang cukup populer yaitu Hijabenka, Hijup, Muslimarket dan Zoya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *positioning* dari *e-commerce fashion* muslim Hijabenka, Hijup, Muslimarket dan Zoya. Adapun atribut yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *product information*, *customer service*, *privacy/security*, *navigation*, dan *comparison shopping*.

Metode pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara *online* kepada 385 responden yang pernah menggunakan *website* keempat *e-commerce fashion* muslim dalam penelitian ini. Pengolahan data dilakukan menggunakan SPSS versi 24 dengan teknik analisis *multidimensional scaling* (MDS).

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan Hijabenka berada di peringkat pertama pada atribut *product information, customer service, privacy/security, navigation*, dan *comparison shopping*. Kemudian diikuti oleh Hijup di peringkat kedua, Zoya di peringkat ketiga dan Muslimarket di peringkat keempat.

Adapun saran yang dapat diberikan untuk Hijabenka sebaiknya meningkatkan fasilitas untuk memeriksa kembali pesanan dan keamanan informasi yang diberikan pelanggan. Untuk Hijup sebaiknya meningkatkan kualitas warna pada foto produk, fasilitas pengembalian produk, keamanan kartu kredit dan mempercepat waktu pergantian halaman. Untuk Zoya sebaiknya menambah informasi terkini mengenai produk, menambah layanan penjualan, keamanan informasi dan menambah fitur-fitur dalam *website*. Untuk Muslimarket sebaiknya memberikan informasi produk lengkap dan konsisten, meningkatkan fasilitas untuk melacak status pesanan dan meningkatkan keamanan informasi kartu kredit.

Kata kunci: *Positioning*, MDS, *e-commerce*, *website*, *fashion* muslim.