

ABSTRAK

Noore adalah salah satu *brand* lokal Bandung yang menjual pakaian olahraga beserta hijab. Noore mempunyai *website* untuk memudahkan pelanggan mendapatkan informasi. Namun, konsumen Noore mengeluhkan perihal *website error* pada saat berinteraksi dan ketidaksesuaian informasi yang dicantumkan.

Penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan 100 responden, yaitu konsumen Noore yang membeli produk melalui *website*. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif.

Hasil dari penelitian ini: 1) Dimensi kualitas informasi termasuk dalam kategori baik dengan skor 76% yang berarti *website* Noore memiliki kualitas informasi yang baik; 2) Dimensi kualitas interaksi termasuk dengan kategori baik dengan skor 81% yang berarti *website* Noore berguna untuk membangun hubungan baik dengan konsumen; 3) Dimensi kualitas kegunaan termasuk dengan kategori baik dengan skor 81% yang menunjukkan bahwa konsumen dapat menggunakan *website* dengan mudah; 4) Variabel *website quality* termasuk dalam kategori baik dengan skor 79% yang menandakan bahwa *website quality* yang dimiliki Noore Sport Hijab sudah sangat baik dalam semua aspek.

Kata Kunci: informasi, interaksi, kegunaan, *website quality*