

## ABSTRAK

Pada era saat ini perkembangan *e-commerce* di Indonesia sangat pesat dan banyak terjadi persaingan. Permasalahan yang banyak dihadapi oleh para pelaku *e-commerce* adalah bagaimana bisa memperoleh kepercayaan dari konsumen, salah satunya adalah *e-commerce* Lazada yang menjadi objek penelitian. Banyak hal diupayakan untuk memperoleh kepercayaan dari konsumen baik dari kualitas produk maupun layanan. Salah satu hal yang bisa diupayakan adalah dengan meningkatkan usability dari *website*. Hal ini akan membuat peningkatan efektifitas, efisiensi dan kepuasan dari pengguna. Dengan selalu menjaga dan meningkatkan efektifitas, efisiensi dan kepuasan pengguna akan bermuara pada peningkatan kepercayaan (*trust*) pengguna/ konsumen.

Penelitian ini menunjukkan kualitas dari *website* Lazada berdasarkan penggunaannya dengan menggunakan metode *WebQual 4.0* dan mengetahui indikator-indikator yang mempengaruhi *website* Lazada menggunakan metode *Importance Performance Analysis (IPA)*. Penelitian ini bersifat kuantitatif, pengumpulan data dilakukan dengan metode user survey kepada 105 responden yang tinggal di Kabupaten Ngawi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan penilaian penggunaannya yaitu harus ditingkatkan lagi kinerja (*Performance*) agar sesuai dengan tingkat kepentingan atau yang diharapkan oleh pengguna dan berdasarkan analisis *Gap* menunjukkan bahwa kualitas aktual (*Performance*) yang dirasakan oleh pengguna belum memenuhi kualitas ideal (*Importance*) yang diharapkan. Indikator variabel yang menjadi prioritas utama perbaikan adalah Indikator IQ2 pada variabel *Information Quality* yaitu “informasi yang dapat dipercaya” dan indikator SI2 pada variabel *Service Interaction* “keamanan transaksi” indikator tersebut diharapkan menjadi prioritas utama dalam pengembangan atau *maintenance website*.

**Kata Kunci:** *WebQual 4.0, Importance Performance analysis, Usability, Information Quality, Service Interaction, website, e-commerce, Lazada*