

ABSTRAK

Perkembangan e-commerce telah menyoroti pentingnya situs web yang ramah pengguna. Penelitian ini mengevaluasi kegunaan website Lazada, salah satu platform e-commerce besar di Indonesia, dengan menggunakan metode WebUse. Metode ini mengukur lima aspek: konten, organisasi, keterbacaan, navigasi dan tautan, serta desain antarmuka pengguna. Data dari 80 responden menunjukkan bahwa kegunaan website Lazada relatif baik, namun ada beberapa aspek yang perlu ditingkatkan, antara lain pengorganisasian, keterbacaan, dan desain antarmuka. Perbaikan yang disarankan mencakup penyederhanaan struktur dan navigasi, peningkatan ukuran font dan kontras warna, mempercantik desain dengan tata letak yang lebih intuitif, dan melakukan pengujian kegunaan secara berkala. Penelitian ini diharapkan dapat membantu Lazada meningkatkan kegunaan situs webnya, memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik, meningkatkan daya saing, dan mendorong pertumbuhan bisnis.

Kata Kunci: Usability, Webuse, E-commerce, Lazada, Kepuasan Pengguna, Pengalaman Pengguna, Konversi Penjualan, Pertumbuhan Bisnis