

ABSTRAK

ARTCH adalah perusahaan yang bergerak di bidang fesyen yang memproduksi dan menjual produknya sendiri kepada konsumen. Perusahaan menjual melalui berbagai media *online* termasuk situs web penjualan perusahaan dan beberapa media *marketplace*. Namun, konsumen melakukan lebih banyak pembelian *online* melalui *marketplace* dibanding situs web, sedangkan perusahaan hanya dapat menggunakan situs web untuk mendapatkan data lengkap pelanggan, yang diperlukan untuk mengeksplorasi perilaku pelanggan. Penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan metode *Fuzzy QFD* untuk meningkatkan kualitas layanan penjualan *online* melalui situs web berdasarkan kelemahan yang diidentifikasi dari situs web perusahaan, yang menyebabkan konsumen tidak melakukan pembelian *online* melalui situs web. *Fuzzy QFD* adalah metode QFD yang terintegrasi dengan logika fuzzy yang bertujuan untuk mengurangi kesamaran atau ketidakjelasan penilaian subyektif untuk meningkatkan akurasi perhitungan. Hasil penelitian ini berupa 5 karakteristik teknis dari FQFD iterasi satu dan 9 *critical part* dari FQFD iterasi 2, yang diharapkan dapat menghasilkan rekomendasi yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk meningkatkan kualitas layanan penjualan online melalui situs web penjualan perusahaan berdasarkan data yang lebih objektif dan akurat.

Kata Kunci: Situs Web, Penjualan *Online*, *Fuzzy QFD*, *Fuzzy Logic*