

ABSTRAK

Industri *fashion* merupakan salah satu industri yang sedang berkembang di masa modern. Perkembangan model busana, bahan baku baru, dan tren menempatkan *fashion* sebagai salah satu aspek jati diri manusia modern. Perkembangan industri *fashion* di Indonesia cukup menjanjikan. Pertumbuhan ini disertai dengan perkembangan teknologi *digital* dimana penggiat industri dapat melakukan interaksi dan penjualan dengan konsumen. Humblezing merupakan salah satu *brand fashion* bertema alam yang menggunakan media digital berupa *website* untuk melakukan penjualan. Akan tetapi, pada akhir-akhir ini penjualan produk Humblezing melalui *website* cenderung menurun akibat kalah bersaing dengan *online Marketplace*. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan layanan dan meningkatkan kualitas *website* berdasarkan tingkat kepentingan menggunakan integrasi *E-Service Quality* dan Model *Refined* Kano. *E-Service Quality* digunakan untuk mengukur tingkat kepentingan pada layanan untuk mendapatkan atribut-atribut kuat yang akan ditingkatkan. Model *Refined* Kano digunakan untuk mengetahui pengaruh setiap atribut dengan tingkat kepentingan yang diterjemahkan dalam kategori Model *Refined* Kano. Berdasarkan kajian pendahuluan dan wawancara, terdapat enam dimensi *E-Service Quality* yang dapat diuraikan menjadi 22 atribut. Penelitian ini menggunakan prinsip *E-Service Quality* yang akan diintegrasikan ke dalam metode *refined* Kano model untuk menentukan *True Customer Needs*. Hasil pengolahan data akan menjadi landasan perumusan rekomendasi perbaikan layanan *website* penjualan Humblezing. Dari 22 atribut terdapat 11 atribut yang menjadi bagian dari *True Customer Needs* penelitian ini. Rekomendasi yang diberikan kemudian dikaji baik dari sisi kekurangan, kelebihan, risiko, dan tujuan rekomendasi.

Kata Kunci: *Website*, *E-Service Quality*, Model *Refined* Kano, *True Customer Needs*.