

ABSTRAK

Elzatta Hijab merupakan perusahaan yang bergerak di bidang *fashion*, khususnya busana muslim untuk wanita, pria dan anak-anak. *website* merupakan salah satu saluran pemasaran perusahaan. berdasarkan hasil analisis terhadap *website*, adanya masalah yaitu, jumlah pengunjung yang tidak sesuai dengan target perusahaan, durasi kunjungan yang lebih kecil dibandingkan pesaing dan *bounce rate* yang tinggi dibandingkan pesaing pada *website* perusahaan. Tujuan penelitian adalah mengidentifikasi, mengukur, dan mengklasifikasikan kinerja atribut layanan *website* berdasarkan WebQual 4.0 dan Model Kano, serta merumuskan rekomendasi perbaikan atribut layanan *website*.

Untuk menyelesaikan masalah dan tujuan tersebut, dilakukan penelitian mengenai kualitas *website* dengan integrasi antara metode WebQual 4.0 dan Model Kano. Berdasarkan *Voice of Customer* dan kajian literatur, didapatkan dua puluh empat atribut kualitas *website* yang dikelompokkan menjadi tiga dimensi, yaitu *usability*, *information quality*, dan *service interaction*. Setelah didapat atribut kebutuhan dilakukan penyebaran kuesioner dengan menggunakan *judgement sampling* dan didapat 253 responden.

Hasil pengolahan data dengan metode WebQual 4.0 didapat enam belas atribut kuat dan delapan atribut lemah. Menggunakan Model Kano, didapat kategorisasi masing-masing atribut, yaitu sembilan atribut yang tergolong *must-be*, dua belas atribut *one-dimensional*, dan dua atribut *attractive*. Berdasarkan hasil integrasi WebQual 4.0 dan Model Kano, didapat sembilan atribut *true customer needs*. Atribut yang direkomendasikan sebagai berikut: mudah dinavigasikan dengan rekomendasi ditingkatkan, menyampaikan perasaan kompetensi dengan rekomendasi ditingkatkan, informasi terpercaya dengan rekomendasi ditingkatkan, informasi dengan tingkat detail yang tepat dengan rekomendasi diprioritaskan, informasi menarik dengan rekomendasi ditingkatkan, informasi relevan dengan rekomendasi ditingkatkan, rasa komunitas dengan rekomendasi ditingkatkan, rasa personalisasi dengan rekomendasi ditingkatkan, dan rasa percaya barang dikirim sesuai janji dengan rekomendasi ditingkatkan.

Manfaat dari penelitian ini harapannya adalah sebagai rekomendasi dan pertimbangan dalam melakukan perbaikan kualitas *website*, referensi untuk penelitian kualitas *website* dan sebagai indikator evaluasi kinerja *website* perusahaan.

Kata kunci : *Fashion, Kualitas Website, Model Kano, True Customer Needs*