

ABSTRAK

En-Zy Store merupakan salah satu *brand fashion* di Kota Jakarta yang memiliki *feature* unik dengan mengkombinasikan produknya dengan unsur batik. En-Zy Store menjual produknya salah satunya melalui *website*. Berdasarkan hasil survei pendahuluan diperoleh keluhan pada *website* En-Zy yang menunjukkan ketidakpuasan konsumen terhadap *website*. Oleh karena itu perlu adanya perbaikan kualitas layanan *website* En-Zy. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kebutuhan konsumen dan *user website* En-Zy sebagai upaya untuk meningkatkan kualitas layanan *website* dengan menggunakan integrasi *E-Servqual* dan Model Kano. Terdapat 24 atribut kebutuhan konsumen dan *user* yang didapatkan berdasarkan *voice of customer*. Atribut kebutuhan digunakan untuk mengukur tingkat kepentingan, tingkat harapan, dan tingkat kenyataan layanan *website*, mengklasifikasikan atribut kebutuhan berdasarkan dengan dimensi *E-Servqual* dan Model Kano dan menentukan atribut kebutuhan yang dijadikan sebagai *True Customer Needs*. Berdasarkan hasil pengolahan *E-Servqual* didapatkan 14 atribut kuat dan 10 atribut lemah. Sedangkan berdasarkan klasifikasi Model Kano diperoleh 9 atribut yang diprioritaskan dan 6 atribut yang perlu dikembangkan. Rekomendasi dirumuskan berdasarkan hasil pengolahan data yang berisi atribut kebutuhan yang diprioritaskan dan dikembangkan sebagai *True Customer Needs*. *True Customer Needs* yang diperoleh adalah *website* En-Zy mudah diakses, pengembalian produk melalui *website* En-Zy mudah, pencarian informasi produk mudah, informasi produk pada *website* En-Zy diperbaharui secara rutin, kelengkapan informasi mengenai produk, data transaksi pada *website* En-Zy tersimpan dengan aman, kontras warna, ukuran dan jenis *font* jelas.

Kata Kunci: *E-Commerce, Website, E-Servqual, Model Kano, Integrasi E-Servqual dan Model Kano.*