

ABSTRAK

Industri *fashion* di Indonesia berkembang dengan sangat pesat. Kondisi ini sejalan dengan berkembangnya kesadaran masyarakat akan *fashion* yang sudah mengarah pada pemenuhan gaya hidup dalam berbusana. Salah satu merek *fashion* di Indonesia yaitu En-Zy, dimana produsen memfokuskan dirinya pada produk yang memiliki *feature* yang unik. Berbagai macam produk En-Zy yang ditawarkan dengan berbagai variasi seperti kemeja, jaket, totebag, tas, sepatu dan aksesoris lainnya. En-Zy menerapkan penjualan produknya melalui berbagai media seperti *website*, *social media*, serta bekerja sama dengan *e-commerce* di Indonesia.. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi atribut *website* En-Zy yang dapat ditingkatkan dan dikembangkan sesuai urutan prioritas untuk mencapai kepuasan konsumen En-Zy.

Langkah pertama yang dilakukan adalah memperoleh *true customer needs*. Data tersebut kemudian diidentifikasi menjadi karakteristik teknis. Selanjutnya, setiap karakteristik teknis dinilai keterkaitannya dalam *House of Quality* (HoQ) yang menjadi tahap *Quality Function Deployment* (QFD). Metode QFD dapat membantu memprioritaskan kebutuhan *user* yang dapat dikembangkan sesuai kemampuan *website* En-Zy. Tahap selanjutnya adalah pengembangan konsep dengan membuat konsep-konsep alternatif baru yang nantinya akan dipilih oleh tim pengembang En-Zy. Tahap terakhir adalah *part deployment* atau QFD Iterasi dua. Tahap ini untuk menentukan prioritas *critical part*. Prioritas *critical part* dihasilkan berdasarkan prioritas karakteristik teknis yang telah didapatkan pada karakteristik teknis yang diperoleh dari QFD Iterasi satu.

Rekomendasi yang dibuat adalah jumlah menu, jumlah informasi rincian, ukuran *space* yang digunakan, ukuran *bandwidth* yang digunakan, jumlah informasi produk, jumlah konten yang ditampilkan, jumlah submenu, dan jenis bantuan yang disediakan.

Kata kunci: *Website, House of Quality, En-Zy, Kualitas layanan , Part Deployment , Quality Function Deployment.*