

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi dan informasi yang semakin cepat pada era globalisasi ini telah membawa banyak kemajuan diberbagai aspek kehidupan manusia, terutama aspek bisnis. Salah satu inovasi bisnis yang penting dan berkembang pesat adalah situs *web*. Pada perusahaan Bisnis ke Bisnis (B2B), menjadi situs *web* memiliki peran yang sangat penting dalam membantu perusahaan untuk menyampaikan informasi tentang produk, layanan, serta solusi yang mereka tawarkan kepada pelanggan. Situs *web* Inagri.Asia milik PT Insan Agritama Teknologi (Inagri Asia) adalah salah satu situs *web* milik perusahaan B2B yang memahami pentingnya keberadaan situs *web*. Meskipun begitu, efektivitas situs *web* perlu dilakukan evaluasi dan perbaikan agar dapat selalu memenuhi kebutuhan pengguna secara optimal.

Berdasarkan data dari *Google Analytics* dan hasil penerapan Metode *Usability Testing* situs *web* Inagri.Asia, dimana pada Dimensi *Satisfaction* yang dikualifikasikan Kurang, maka PT Insan Agritama Teknologi (Inagri Asia) perlu melakukan perbaikan pada desain situs *web* Inagri.Asia. Responden dikelompokkan menjadi enam kelompok berbeda sesuai hasil dari pengolahan data jenis kelamin dan usia responden pada penelitian ini menggunakan Metode *Agglomerative Hierarchical Clustering*. Menurut keenam kelompok (*cluster*), tujuh atribut kebutuhan dianggap sebagai atribut *True Customer Needs* (TCN) berdasarkan keluaran dari hasil dua integrasi sebelumnya, yaitu hasil integrasi Metode *Agglomerative Hierarchical Clustering* dan Metode *Web Quality*, dengan hasil integrasi Metode *Agglomerative Hierarchical Clustering* dan Model Kano. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan rancangan rekomendasi perbaikan desain situs *web* Inagri.Asia yang dapat meningkatkan kualitas situs *web* dan kepuasan pengguna. Proses perancangan rekomendasi perbaikan dilakukan dengan menerapkan Metode *Need, Idea, Decision, and Action* (NIDA). Hasilnya adalah didapatkan rancangan rekomendasi perbaikan yang terbaik yang dapat diimplementasikan oleh pemilik situs *web* untuk setiap atribut TCN.

Kata kunci: Situs *web* Bisnis ke Bisnis, *Usability Testing*, *Agglomerative Hierarchical Clustering*, *Web Quality*, Model Kano, NIDA