

## ABSTRAK

Perkembangan dunia *internet* yang pesat di Indonesia mendorong tumbuhnya bisnis toko *online*, salah satu toko *online* asal Bandung yang berdiri pada tahun 2013 adalah Esgotado. Esgotado melakukan penjualan tas melalui *website* resmi mereka yaitu [www.esgotado.net](http://www.esgotado.net), dalam satu tahun perjalanan usaha Esgotado, diperlukan evaluasi dari pelayanan yang telah diberikan selama setahun dan ditemukan beberapa keluhan dari pelanggan. Hal itulah yang melatarbelakangi penelitian ini.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi *true customer needs* dari layanan pelanggan *e-commerce* Esgotado menggunakan integrasi *e-SQ* dan model Kano sehingga diketahui prioritas kebutuhan pelanggan untuk peningkatan kualitas layanan. Atribut kebutuhan diidentifikasi dengan melakukan wawancara kepada pelanggan dengan memperhatikan dimensi pada *e-SQ* yang menghasilkan *voice of customer*. Tingkat kepuasan pelanggan diukur menggunakan kuesioner *e-SQ*, lalu kemampuan atribut mempengaruhi kepuasan dikategorikan menggunakan model Kano.

Berdasarkan hasil identifikasi diperoleh 31 atribut kebutuhan pelanggan *e-commerce* Esgotado. Berdasarkan hasil penelitian terdapat 14 atribut kebutuhan yang sudah mampu memenuhi harapan pelanggan dan 17 atribut belum dapat memenuhi harapan pelanggan. Setelah pengintegrasian *e-SQ* dan model Kano dari 31 atribut, didapatkan 16 atribut yang perlu ditingkatkan (*true customer needs*), 14 atribut dipertahankan dan satu atribut yang diabaikan.

Atribut yang termasuk dalam *true customer needs* perlu ditingkatkan dengan memperhatikan urutan prioritas peningkatan, dengan begitu Esgotado bisa mengalokasikan sumber daya yang terbatas untuk meningkatkan pelayanan dengan maksimal.

Kata Kunci: Esgotado, *e-SQ*, Model Kano, Atribut Kebutuhan, Layanan *E-commerce*