

ABSTRAK

Guteninc merupakan salah satu *brand* lokal di Indonesia yang bergerak di bidang *fashion*, khususnya pada produk sepatu berbahan dasar kulit untuk pria dan wanita. Setelah membuka *store* di Makassar pada tahun 2011, Guteninc memperluas wilayah penjualan dengan kembali membuka *store* di wilayah Bandung. Ketatnya persaingan membuat Guteninc perlu melakukan evaluasi terhadap pelayanan guna memaksimalkan kepuasan konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi “*True Customer Needs*” dari layanan *store* yang berada di wilayah Bandung dengan menggunakan integrasi antara dimensi *Servqual* dan model Kano, sehingga dapat diketahui *ranking* prioritas atribut kebutuhan layanan yang dapat memaksimalkan kepuasan pelanggan. Atribut kebutuhan didapatkan dari *Voice of Customer* (VoC) yang merupakan hasil wawancara terhadap konsumen *store* Guteninc. Tingkat kepuasan pelanggan dan rekomendasi perbaikan layanan dapat diketahui dari hasil pengolahan data dengan *input* yang didapat dari respons kuesioner hasil identifikasi atribut kebutuhan. Berdasarkan hasil identifikasi, diperoleh 20 atribut kebutuhan terhadap layanan *store* Guteninc. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 5 atribut kebutuhan yang sudah memenuhi harapan konsumen dan 15 atribut kebutuhan yang masih belum memenuhi harapan. Setelah dilakukan pengintegrasian antara dimensi *Servqual* dan model Kano, ditunjukkan bahwa terdapat delapan atribut perlu diprioritaskan, tujuh atribut perlu ditingkatkan, empat atribut dipertahankan, dan satu atribut diabaikan. Berdasarkan hasil pengintegrasian, didapatkan 15 atribut kebutuhan yang termasuk ke dalam *True Customer Needs*, yang diperoleh dari atribut kebutuhan yang perlu diprioritaskan dan ditingkatkan. Dengan hasil tersebut, diharapkan Guteninc dapat meningkatkan layanan *store* untuk memaksimalkan kepuasan konsumen.

Kata kunci: Atribut Kebutuhan, Guteninc, Layanan *Store*, Model Kano, *Servqual*