

ABSTRAK

Seiring dengan berkembangnya rumah makan dan restoran yang ada di Kota Bandung, minat atau ketertarikan untuk berwirausaha sangatlah mengundang. Tepatnya dibidang kuliner karena makanan adalah konsumsi manusia dalam memenuhi kebutuhannya sehari-hari. Ayam Bakar KABITA adalah salah satu usaha yang tergolong dibidang kuliner atau rumah makan yang terletak di Kopo Margahayu Kota Bandung. Di Ayam Bakar KABITA terdapat karyawan yang melayani para pelanggan Ayam Bakar KABITA. Pada pelayanan tersebut Ayam Bakar KABITA memiliki kekuatan dan kelemahan yang didapat. Terdapat kekuatan pelayanan Ayam Bakar KABITA yaitu mengenai kebersihan tempat, tampilan sajian makanannya, daftar harga yang disediakan, kerapihan kemasan, pilihan makanan, kesesuaian harga, keunggulan produk dari sekitarnya, tanggung jawab pesanan dari pelanggan, proses pelayanan, penerimaan pesanan dalam jumlah besar, keterbukaan untuk menerima kritikan dan saran dari pelanggan. Adapun kelemahan Ayam Bakar KABITA yaitu mengenai penampilan ayam tidak sesuai, kelezatan makanan, ketahanan makanan, tidak adanya diskon atau promo, tidak tersedianya informasi promo, tidak tersedianya tester, tidak adanya penjelasan *varian* rasa, tidak adanya kasir, tidak adanya informasi mengenai kepuasan pelanggan.

Terdapat 11 atribut kuat dan terdapat 9 atribut lemah dari 20 atribut yang ada. Atribut yang lemah tersebut akan ditingkatkan dan diperbaiki dengan seiring berjalanya waktu. Ayam bakar KABITA pun telah mengetahui atribut yang sudah diintegrasikan dari model *Servqual Method* dan *Kano Method*. Sehingga perusahaan Ayam Bakar KABITA mengetahui kelemahan pada usahanya, dan mengetahui *True Customer Needs* yaitu kebutuhan konsumen yang dianggap penting bagi konsumen sehingga kinerjanya akan sangat diperhatikan

Kata kunci : *True Customer Needs*, *Servqual Method*, *Kano Method*, dan Ayam Bakar KABITA