

ABSTRAK

Mischief Denim merupakan salah satu perusahaan lokal Bandung yang melakukan kegiatan bisnis di bidang *fashion*, produk yang ditawarkan oleh Mischief adalah celana jins untuk pria. Mischief berdiri sejak 2006 di Bandung. Mischief memperluas jangkauan penjualan dengan membuka cabang *store* di wilayah Jakarta dan Yogyakarta. Banyaknya pesaing yang bermunculan di bidang *fashion* khususnya di bidang denim, menyebabkan pihak Mischief melakukan evaluasi terhadap layanan *store* untuk memaksimalkan kepuasan pelanggan. Oleh sebab itu, penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan “*True Customer Needs*” dari layanan *store* Mischief Bandung dengan mengintegrasikan antara dimensi *Servqual* dan model Kano untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Penelitian ini mendapatkan atribut kebutuhan layanan berdasarkan *Voice of Customer* (VoC) dari hasil wawancara terhadap pelanggan *store* Mischief Bandung. Penelitian ini menggunakan metode *Servqual* dan model Kano. *Servqual* digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan pada *store* Mischief Bandung sehingga diketahui atribut-atribut lemah untuk ditingkatkan. Model Kano digunakan untuk mendapatkan pengaruh atribut dengan masing-masing tingkat kepuasan yang dikategorikan dalam kategori Kano. Dengan metode *Servqual* dan Model Kano ini diintegrasikan menghasilkan rekomendasi atribut-atribut yang perlu ditingkatkan oleh pihak *store* Mischief Bandung.

Berdasarkan hasil integrasi *Servqual* dan Model Kano, didapatkan 20 atribut kebutuhan layanan pada *store* Mischief Bandung. Penelitian ini menghasilkan 13 atribut kebutuhan yang perlu diperbaiki dengan memperhatikan tingkat kepuasan dan pengaruh dari atribut tersebut sesuai hasil dari integrasi metode *Servqual* dan Model Kano, 13 atribut kebutuhan yang ditingkatkan disebut *True Customer Needs* yang akan diidentifikasi dan diberikan rekomendasi perbaikan. Dari hasil penelitian ini, Mischief diharapkan dapat menggunakannya sebagai acuan evaluasi layanan untuk meningkatkan layanan *store* pada optimalisasi kepuasan pelanggan.

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