

## ABSTRAK

Banyaknya manajemen di minimarket atau bentuk ritel modern lainnya yang masih salah dalam berasumsi mengenai faktor yang bisa mempengaruhi kepuasan atau ketidakpuasan konsumen yang membuat konsumen kurang berminat untuk membeli atau berbelanja di Minimarket atau bentuk ritel modern lainnya tersebut. Hal inilah yang membuat peneliti ingin melakukan penelitian ini, dimana tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui layanan atau aktivitas yang perlu dan tidak diperlukan yang menyatakan kepuasan dan ketidakpuasan bagi mahasiswa Universitas Telkom pada Minimarket KOPMA. Penelitian ini menggunakan Model Kano sebagai metode untuk memetakan atribut pada layanan Minimarket Koperasi Mahasiswa Universitas Telkom kedalam beberapa kategori pada Model Kano dan menghitung *CS-Coefficient* untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kepuasan dan ketidakpuasan mahasiswa.

Hasil dari penelitian ini menemukan terdapat 32 atribut yang dinyatakan valid mempengaruhi kepuasan mahasiswa, 32 atribut tersebut 14 atribut masuk dalam kategori *Must be*, tujuh atribut masuk ke dalam kategori *Attractive*, tiga atribut masuk ke dalam kategori *One Dimensional*, dan delapan atribut masuk kategori *Indifferent*. Sedangkan, untuk hasil perhitungan *CS-Coefficient* ditemukan atribut yang memberikan pengaruh paling besar terhadap kepuasan mahasiswa yaitu adanya potongan harga yang diberikan untuk beberapa jenis produk sebesar 0,72 dan atribut yang memberikan pengaruh paling besar terhadap ketidakpuasan mahasiswa yaitu ruangan yang bersih sebesar -0,86.

**Kata Kunci : *CS-Coefficient*, Kepuasan Mahasiswa, Model Kano, Minimarket**