

## ABSTRAK

UKM Arafa Tea merupakan salah satu UKM di Bandung yang bergerak dalam produksi produk olahan teh, dengan produk *Green tea Chocolate* (GTC) sebagai produk unggulannya. Pendapatan GTC memberikan kontribusi terbesar dan memiliki perputaran uang paling cepat dibandingkan dengan produk lainnya. Melihat kesempatan tersebut, Arafa Tea berniat untuk memperluas pasarnya dengan mengembangkan pasar sekaligus memosisikan GTC sebagai jajanan olahan teh khas Bandung. Untuk melakukan hal tersebut, UKM Arafa Tea dituntut untuk terus mempertahankan kualitas yang dimiliki oleh produknya. Salah satu cara untuk terus mempertahankan kualitas produk adalah dengan melakukan pengembangan produk guna terus memenuhi kepuasan dan kebutuhan pelanggan Arafa Tea. Oleh karena itu, penelitian dilakukan menggunakan integrasi *Product Quality* dan Model Kano guna mengetahui kebutuhan dan kepuasan pelanggan terhadap GTC. Output yang dihasilkan dari penelitian ini adalah rekomendasi *true customer needs* yang perlu diperhatikan sebagai upaya perbaikan yang harus dilakukan Arafa Tea dalam mengembangkan produknya.

Penelitian ini diawali dengan mengidentifikasi 21 atribut kebutuhan terhadap GTC Arafa Tea yang digunakan untuk mengukur kinerja GTC dan mengategorikannya berdasarkan dampak kepuasan yang diberikan. Hasil integrasi menunjukkan bahwa sepuluh atribut *true customer needs* memiliki NKP lemah, yang mengindikasikan bahwa atribut-atribut tersebut masih memiliki kinerja dibawah kepuasan pelanggan yang perlu dilakukan perbaikan/peningkatan, diantaranya dua atribut *one-dimensional*, tiga *attractive* dan lima atribut *must-be*.

Seluruh atribut dianalisis dan disesuaikan dengan kapasitas yang dimiliki UKM guna memperoleh rekomendasi *true customer needs* akhir. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat delapan *true customer needs*, diantaranya adalah peningkatan intensitas rasa *cocoa*, kesesuaian kombinasi rasa, peningkatan intensitas rasa manis, warna hijau yang menarik, penurunan intensitas rasa *green tea*, kejelasan pencantuman periode tanggal kadaluarsa, penurunan intensitas rasa pahit dan kejelasan pencatuman merek yang menarik pada kemasan.

**Kata kunci:** *Kepuasan Pelanggan, product quality, model kano*