

ABSTRAK

SMS iklan *broadcast* merupakan bagian dari *mobile advertising* yang merupakan salah satu layanan PT Metra Digital Media yang berfungsi sebagai program *customer loyalty* perusahaan. Pada akhir tahun 2012 SMS iklan *broadcast* memperoleh *revenue* sebesar 84% dari keseluruhan layanan *mobile advertising* MD Media, namun penurunan terjadi di awal tahun 2013 menjadi 68%, hal ini terjadi karena berkurangnya permintaan SMS *broadcast*. Berkurangnya permintaan SMS *broadcast* disebabkan adanya pemasang iklan yang menghentikan penggunaan SMS *broadcast*, hal ini dikarenakan adanya ketidakpuasan pada penerima SMS *broadcast* tersebut. Hal inilah yang melatarbelakangi penelitian ini.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi *true customer needs* layanan penerima SMS iklan *broadcast* menggunakan integrasi *Mobile Servqual* dan Model Kano sehingga perusahaan mengetahui kebutuhan berdasarkan penerima yang diprioritaskan untuk peningkatan kualitas layanan. Tingkat kepuasan penerima SMS dapat diukur menggunakan *Mobile Servqual*, sedangkan hubungan antara kepuasan dan upaya pemenuhannya diukur menggunakan kategori Kano. Sehingga akan didapatkan atribut kebutuhan yang perlu dipertahankan maupun ditingkatkan oleh perusahaan.

Berdasarkan hasil pengukuran kinerja dan pengategorian didapatkan 17 atribut kebutuhan menggunakan integrasi *Mobile Servqual* dan Model Kano. Dari 17 atribut tersebut, didapatkan 13 atribut kebutuhan yang perlu ditingkatkan dan 4 atribut kebutuhan yang perlu dipertahankan.

Kata Kunci: SMS *broadcast*, *Mobile Advertising*, Analisis Kebutuhan, *True Customer Needs*, *Mobile Servqual*, Model Kano.