

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**KESABARAN ADALAH OBAT  
TERBAIK DARI SEGALA  
KESULITAN**

## ABSTRAK

Layanan *website My Telkomsel* merupakan salah satu jenis layanan *My Telkomsel* yang dikeluarkan PT Telekomunikasi Selular pada akhir 2012. Layanan ini berfungsi untuk melayani kebutuhan dan keluhan pelanggan secara *online* dalam bentuk *website*. Pada tahun 2014 jumlah pelanggan layanan *website My Telkomsel* lebih sedikit dibandingkan dengan pelanggan layanan aplikasi *My Telkomsel* yang dikeluarkan pada tahun 2013. Adanya keluhan dan rendahnya tingkat kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa PT Telekomunikasi Selular perlu berupaya meningkatkan kualitas layanan *website My Telkomsel* sebagai salah satu media *service centre*. Hal inilah yang melatarbelakangi penelitian ini.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi *true customer needs* layanan *website My Telkomsel* menggunakan integrasi *Electronic Service Quality* dan model Kano sehingga perusahaan mengetahui prioritas kebutuhan pelanggan untuk peningkatan kualitas layanan. Tingkat kepuasan pelanggan *website My Telkomsel* dapat diukur menggunakan *Electronic Service Quality*, sedangkan hubungan antara kepuasan dan upaya pemenuhannya diukur menggunakan kategori Kano. Dimensi *Electronic Service Quality* yang digunakan adalah *Information Quality, Service Reliability, Responsiveness, Website Useability, Accessibility, Website Design, dan Assurance*. Di samping itu, kategori Kano yang digunakan adalah *attractive, must-be, one dimensional, indifferent*. Hasil integrasi *E-Servqual* dan model Kano akan didapatkan atribut kebutuhan yang perlu dipertahankan maupun ditingkatkan oleh perusahaan. Atribut yang ditingkatkan inilah yang disebut *true customer needs*. Atribut yang termasuk dalam *true customer needs* adalah atribut kuat kategori *attractive* dan atribut lemah kategori *attractive, one dimensional, dan must-be*.

Berdasarkan hasil pengukuran kinerja dan pengkategorian didapatkan 25 atribut kebutuhan menggunakan integrasi *Electronic Service Quality* dan Model Kano. Dari 25 atribut tersebut, didapatkan 18 atribut kebutuhan yang perlu ditingkatkan (*True Customer Needs*) dan tujuh atribut kebutuhan yang perlu dipertahankan.

**Kata Kunci:** *My Telkomsel, Analisis Kebutuhan, True Customer Needs, Electronic Service Quality, Model Kano.*