

## ABSTRAK

Tingginya pertumbuhan angka jemaah umrah di Kota Bandung menunjukkan semakin besar kebutuhan akan penyedia jasa pelayanan umrah. PT XYZ merupakan salah satu biro perjalanan wisata di Kota Bandung yang berfokus melayani jasa perjalanan wisata umrah. Perusahaan terus melakukan peningkatan dari adanya kekurangan layanan umrah maupun ketidaktercapaian *revenue*, agar tetap dapat menjaga kepercayaan dan selalu berupaya memberikan kualitas dan pelayanan yang baik sesuai kebutuhan jemaah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi *true customer needs* layanan umrah di PT XYZ sehingga dapat diketahui kebutuhan jemaah yang perlu diprioritaskan untuk meningkatkan kualitas layanan umrah di perusahaan. Dalam penelitian diperoleh 27 atribut kebutuhan dari jemaah umrah PT XYZ

Berdasarkan hasil pengolahan data pada kuesioner *SERVQUAL*, terdapat 17 atribut kuat dimana atribut ini sudah memenuhi harapan dari jemaah umrah dan 10 atribut lemah dimana atribut ini belum memenuhi harapan dari jemaah umrah. Selanjutnya, berdasarkan hasil pengolahan kuesioner Model Kano terdapat 14 atribut yang termasuk ke dalam kategori *Must be*, 8 atribut dalam kategori *One dimensional*, 4 atribut dalam kategori *Attractive*, dan 1 atribut dalam kategori *Indifferent*. Setelah itu dilakukan pengintegrasian *SERVQUAL* dan Model Kano sehingga diperoleh kategori kebutuhan yang harus dipertahankan, ditingkatkan, dan diabaikan oleh PT XYZ. Kebutuhan yang ditingkatkan ini merupakan *true customer needs*.

**Kata Kunci:** Analisis Kebutuhan, Layanan Umrah, *SERVQUAL*, Model Kano, dan *true customer needs*