

ABSTRAK

Pemerintah melalui Bank Indonesia telah mengeluarkan kebijakan penggunaan uang elektronik (transaksi non tunai) dalam setiap transaksi melalui Peraturan Bank Indonesia (PBI) Nomor 16/8/PBI/2014 tentang perubahan atas Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/2009 tentang Uang Elektronik. Cita-cita pemerintah untuk mewujudkan *cashless society* perlu didukung oleh pelaku usaha, bukan hanya perbankan namun juga perusahaan rintisan *financial technology*. PT. Telekomunikasi Selular (Telkomsel) sebagai operator telekomunikasi selular terbesar di Indonesia turut serta dalam menyukseskan program pemerintah terkait dengan penggunaan uang elektronik dengan mengeluarkan produk T-Cash.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis kebutuhan konsumen layanan T-Cash di Kota Bandung menggunakan integrasi metode *E-service Quality* dan Model Kano. Pada penelitian ini terdapat 22 atribut kebutuhan konsumen T-Cash yang akan dikelompokkan dalam 6 dimensi. Penelitian menggunakan kuesioner untuk mengukur tingkat kepentingan, kenyataan, dan harapan serta untuk mengategorikan setiap atribut.

Berdasarkan hasil pengolahan data *E-service Quality* didapatkan 15 atribut lemah dan 7 atribut kuat. Berdasarkan klarifikasi kategori Kano terdapat 2 atribut yang akan dikembangkan dan 15 atribut ditingkatkan. Selanjutnya dilakukan integrasi hasil pengolahan data kuesioner *E-service Quality* dan Model Kano sehingga didapatkan 17 atribut yang menjadi *True Customer Needs* dan dilakukan analisis terhadap tiap atribut kebutuhan. Rekomendasi diperoleh dari hasil pengolahan data yang berisi atribut kebutuhan yang akan ditingkatkan dan dikembangkan sebagai *True Customer Needs* yaitu atribut kebutuhan dengan kode RS1, RS2, RS3, RS4, RL1, RL2, RL3, RL4, RL5, RL6, EU1, SC1, AS1, AS2, CN1, CN2 dan CN3.

Kata Kunci : Atribut Kebutuhan, *E-service Quality*, Model Kano, Integrasi *E-service Quality* dan Model Kano, *True Customer Needs*, T-Cash.