

ABSTRAK

PT Telekomunikasi Witel Lembong Bandung merupakan salah satu cabang perusahaan Telkom yang menyediakan layanan produk Wifi id yang ditangani oleh unit *Personal Service*. Pemasaran yang dilakukan pihak *Personal Service* terfokus kepada pemasangan Wifi Id Manage Service yang merupakan layanan yang diperuntukkan bagi pemilik usaha atau pemilik tempat usaha yang ingin menambahkan fasilitas layanan wifi di lokasi usahanya. Layanan ini dilatar belakangi oleh besarnya potensi dan perilaku pelanggaran *ritel consumer* yang berminat untuk memiliki akses wifi berlangganan di tempat usahanya dengan SSID khusus, sehingga memberikan peluang untuk digarap secara optimal dan bersifat total *solution*. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan rekomendasi peningkatan kualitas layanan pada produk Wifi id manage service berdasarkan 15 *true customer needs* menggunakan metode Service Quality dan Model Kano. Metode *service quality* terdiri dari 5 tahap yaitu Berwujud (*Tangible*), Empati (*Empathy*), Keyakinan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), dan Keandalan (*Assurance*). Metode *service quality* berfungsi untuk menerjemahkan semua keinginan pelanggan terhadap pelayanan karyawan yang diberikan yang bertujuan untuk mengetahui kualitas layanan berdasarkan hasil *gap*. Pada *service quality* dilakukan beberapa tahap. Yang pertama dengan mengidentifikasi *true customer need*, melakukan uji validitas dan reliabilitas pada pengolahan kuesioner, pengolahan data hasil kuesioner untuk dikembangkan serta dipertahankan dan yang terakhir merupakan tahap rekomendasi dan usulan perbaikan yang akan di kembangkan.

Kata kunci: *Wifi id manage service, Personal Service, Service Quality, Model Kano, True Customer Needs*