

ABSTRAK

Cotton.go adalah salah satu *clothing company* asal Bandung yang bergerak pada bidang *fashion* untuk pria. Cotton.go menjual pakaian pria seperti kemeja yang memiliki *design* produk *daily casual lifewear* dimana kemeja tersebut dapat digunakan pada berbagai macam keperluan seperti kegiatan kantor, perkuliahan dan acara formal maupun informal. Cotton.go berdiri sejak tahun 2015 memegang teguh prinsip produk berkualitas dengan harga terjangkau untuk banyak kalangan. Namun, Cotton.go memiliki beberapa kendala salah satunya adalah layanan *e-commerce*. Oleh karena itu, Cotton.go perlu mengidentifikasi kebutuhan layanan dan meningkatkan kualitasnya agar kepuasan pelanggan meningkat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi *true customer needs* berdasarkan *voice of customer* terhadap penggunaan layanan *e-commerce* Cotton.go menggunakan metode *E-Servqual* dan Model Kano sehingga didapatkan atribut kebutuhan yang diprioritaskan untuk ditingkatkan. *E-Servqual* digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan sehingga didapatkan atribut-atribut lemah untuk ditingkatkan atau dikembangkan. Model Kano digunakan untuk mengetahui pengaruh masing–masing atribut dengan tingkat kepuasan yang diterjemahkan dalam kategori Kano. Dengan mengintegrasikan *E-Servqual* dan Model Kano menghasilkan rekomendasi atribut yang perlu ditingkatkan oleh pihak layanan *e-commerce* Cotton.go.

Berdasarkan hasil integrasi *E-Servqual* dan Model Kano, didapatkan 22 atribut kebutuhan dan dari 22 atribut kebutuhan tersebut, didapatkan 13 atribut kebutuhan yang perlu ditingkatkan dan 1 atribut yang perlu dikembangkan dengan mempertimbangkan tingkat kepuasan dan pengaruh dari masing–masing atribut tersebut, 14 atribut kebutuhan yang ditingkatkan dan dikembangkan disebut *true customer needs* untuk diidentifikasi dan diberikan rekomendasi.

Kata Kunci: Atribut kebutuhan, *E-Servqual*, Cotton.go, Model Kano, *True Customer Needs*