

ABSTRAK

Resto Kita adalah restoran di Kabupaten Karawang yang berdiri sejak 2010 dan cukup dikenal oleh masyarakat Karawang dan sekitarnya. Meskipun demikian, keuntungan yang diperoleh oleh Resto Kita tidak selalu berjalan baik, dengan ditunjukkannya data pendapatan Resto Kita dari Januari 2022 hingga Maret 2023 yang mengalami pendapatan yang fluktuatif dan cenderung menurun. Setelah dilakukan *in-depth interview* didapat keluhan pelanggan mengenai keluhan terhadap pelayanan yang ada pada Resto Kita.

Berdasarkan keluhan tersebut, dilakukan perancangan atribut kebutuhan untuk meningkatkan kualitas pelayanan di Resto Kita Karawang dengan menggabungkan konsep *Service Quality* dan Model Kano. Identifikasi atribut kebutuhan kualitas pelayanan melalui *in-depth interview* tersebut menghasilkan enam kategori dalam dimensi *Service Quality*, yaitu: *Tangibility*, *Empathy*, *Responsiveness*, *Reliability*, *Assurance*, dan *Food Quality*. Dari enam dimensi tersebut, ditemukan 21 atribut kebutuhan pelayanan Resto Kita. Hasil kuesioner *Service Quality* menunjukkan 10 atribut kuat dan 11 atribut lemah dan dari hasil kuesioner model Kano, terdapat 13 atribut kategori *one dimensional*, lima kategori *must-be*, satu kategori *attractive*, dan dua kategori *indifferent*. Dengan menggabungkan *Service Quality* dan model Kano, didapatkan hasil berupa 10 atribut kebutuhan yang menjadi *True Customer Needs*.

Berdasarkan hasil *True Customer Needs* tersebut direkomendasikan beberapa perbaikan pelayanan pada Resto Kita seperti pembuatan protokol kebersihan dengan panduan, jadwal, dan pemeriksaan rutin, menyelenggarakan pelatihan kebersihan untuk staf, membuat protokol kerapihan penampilan staf, membuat protokol pengaturan dan pengelolaan lahan parkir, membuat kerja sama lahan parkir dengan pihak lain, membuat protokol pengembangan sikap, keterampilan, dan pengetahuan staf, mengadakan pelatihan keterampilan kerja, serta membuat sistem pengawasan dan evaluasi kinerja staf.

Kata kunci: Pelayanan, Restoran, *Service Quality*, Model Kano, *True Customer Needs*.