

ABSTRAK

Eat Sans merupakan UMKM penyedia makanan jenis Rice Bowl yang mulai beroperasi pada tahun 2019. Berdasarkan penjualan produk, Eat Sans menjual melalui toko online dan offline. Penjualan online, Eat Sans bekerja sama dengan platform penjualan online seperti makanan Shopee dan Go food, dan secara offline, Eat Sans menjual produk di Jl. Evakuasi No. 52, Kecamatan Harjamukti, Cirebon, Jawa Barat, Indonesia. Saat ini Eat Sans memiliki 9 jenis menu yang ditawarkan kepada pelanggan. Pada pelayanan Eat Sans terdapat beberapa kekurangan yang perlu di evaluasi. Berdasarkan hasil survei dan observasi pendahuluan membuktikan bahwa masih ada kekurangan kualitas layanan yang perlu di perbaiki dari segi pelayan dan fasilitas yang tersedia pada Eat Sans, hasil wawancara dan review customer online pelayan kurang memahami kebutuhan pelanggan dan pelayan juga kurang teliti dalam menyiapkan pesanan serta belum dapat memenuhi permintaan pelanggan kepada pelanggan masih, terdapat 64 keluhan pelayanan berdasarkan review customer online dan wawancara pelanggan. Langkah awal terhadap penelitian ini adalah merancang atribut sesuai dengan kebutuhan pelayanan Eat Sans menggunakan hasil dari integrasi dua metode yaitu *service quality* dan model Kano. Atribut yang digunakan berasal dari hasil melakukan wawancara dengan pelanggan Eat Sans Cirebon. Terdapat 6 dimensi *service quality* yang digunakan pada penelitian ini yaitu *tangibles, empathy, responsiveness, reliability, assurance* dan *food quality*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner *service quality* dan model Kano kepada 127 responden pelanggan Eat Sans. Terdapat 28 atribut pada 6 dimensi *service quality* untuk meningkatkan kualitas layanan Eat Sans Cirebon. Berdasarkan hasil integrasi dari metode *service quality* dan model Kano mendapatkan 20 *true customer needs*. Pada *true customer needs* didapatkan 6 atribut yang harus ditingkatkan, 9 atribut diperbaiki, dan 5 atribut dikembangkan.

Kata kunci: *Eat Sans, Service Quality, Kano, True Customer Needs, Voice of Customer*