

ABSTRAK

Bhinneka Shuttle merupakan anak perusahaan PT Bhinneka Sangkuriang *Transport* yang bergerak di bidang jasa transportasi pengantaran pelanggan dengan sistem *point to point*. Pada tahun 2022, Bhinneka Shuttle mengalami ketidakstabilan jumlah pendapatan dan tidak tercapainya jumlah target penumpang. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa Bhinneka Shuttle memiliki *growth rate* pendapatan lebih rendah dibandingkan *growth rate* transaksi akses tol maupun volume lalu lintas tol tahun 2022. Berdasarkan hasil perbandingan keempat cabang *outlet* Bhinneka Shuttle di Kota Bandung, diketahui bahwa Bhinneka Shuttle Mekar Wangi perlu mendapatkan prioritas perbaikan. Tidak tercapainya jumlah target penumpang, ketidakstabilan pendapatan dan rendahnya nilai *growth rate* dapat disebabkan karena ketidakpuasan pelanggan terhadap performansi layanan yang diberikan sehingga menurunkan loyalitas pelanggan. Ketidakpuasan pelanggan ini diperkuat dengan rendahnya *rating* dan data keluhan pada *Google Review* Bhinneka Shuttle Mekar Wangi. Tingginya persaingan bisnis transportasi dan belum tercapainya kepuasan pelanggan mengharuskan Bhinneka Shuttle Mekar Wangi untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas pelayanannya. Tugas Akhir ini bertujuan untuk mengidentifikasi *True Customer Need* dengan menggunakan integrasi metode *Servqual* dan Model Kano sehingga didapatkan atribut yang diprioritaskan untuk ditingkatkan dan menjadi rekomendasi dasar perancangan perbaikan kualitas layanan perusahaan. Total responden yang berpartisipasi sejumlah 120 responden dengan teknik *sampling* yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan *incidental sampling*. Adapun kriteria responden yaitu pelanggan Bhinneka Shuttle Mekar Wangi yang telah menggunakan jasa perusahaan. Atribut kebutuhan diperoleh dengan melakukan studi literatur dan *Voice of Customer* yang diklasifikasikan ke dalam lima dimensi *Servqual* yaitu *Reliability*, *Comfort*, *Extent of Service*, *Safety*, dan *Affordability* (RECSA). Berdasarkan hasil pengolahan integrasi *Servqual* dan Model Kano diperoleh 23 atribut kebutuhan diantaranya 12 atribut yang telah memenuhi harapan dan mencapai kepuasan pelanggan dan 11 atribut *True Customer Needs* yang perlu ditingkatkan kualitas layanannya oleh Bhinneka Shuttle Mekar Wangi. 11 *True Customer Needs* tersebut terdiri atas satu atribut kategori *Must-be* yaitu Kebersihan di dalam kendaraan *travel* (CF1), empat atribut dalam kategori *One Dimensional* yaitu Ketersediaan kursi di ruang tunggu sudah memadai (CF3), Kebersihan ruang tunggu (CF4), Kebersihan toilet di ruang tunggu (CF5), Pengemudi mengemudikan kendaraan dengan baik (SF2) serta enam atribut kategori *Attractive* yaitu Ketepatan waktu datang kendaraan *travel* (RB1), Keramahan staf dalam melayani pelanggan (RB6), Ketersediaan asuransi bagi pelanggan (SF1), Pengemudi mematuhi peraturan lalu lintas (SF3), Pengemudi menguasai jalan pada daerah yang akan dituju (SF4), Keamanan pada saat berada di kendaraan (SF5). *True Customer Needs* ini digunakan sebagai dasar perancangan rekomendasi perbaikan dan diharapkan dapat memaksimalkan kualitas layanan yang diberikan dan meningkatkan kepuasan pelanggannya.

Kata Kunci: *Bhinneka Shuttle, Service Quality, Model Kano, True Customer Needs, Kepuasan Pelanggan*