

## ABSTRAKSI

Persaingan dalam bisnis online semakin ketat seiring berkembangnya industri *e-commerce*. Pinkemma adalah salah satu produsen busana yang memanfaatkan teknologi internet untuk memasarkan produknya. Pada *website e-commerce* Pinkemma tidak hanya produk-produk Pinkemma saja yang ada di dalamnya, banyak juga dari produsen-produsen lain yang menjual produk-produknya di *website e-commerce* Pinkemma ini. Untuk memenangkan persaingan dalam bisnis online, Pinkemma harus memberikan kualitas layanan yang prima sebagai keunggulan kompetitif perusahaan. Saat ini, Pinkemma belum mampu memberikan kualitas layanan terbaik karena masih ditemukan berbagai macam keluhan pelanggan. Oleh karena itu, Pinkemma memerlukan evaluasi terhadap layanan yang diberikan. Pinkemma tidak cukup hanya mengetahui kepuasan pelanggan, akan tetapi perusahaan juga harus mengetahui kelemahan layanan. Dengan perbaikan terhadap atribut kelemahan layanan, maka layanan *website e-commerce* yang saat ini telah ada dapat dikembangkan lagi agar lebih baik.

Pada penelitian ini diidentifikasi 29 atribut kebutuhan pelanggan berdasarkan hasil wawancara terhadap *end users*. *E-Service Quality* digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan sehingga dapat diketahui atribut kelemahan layanan. Berdasarkan hasil pengolahan data *E-Service Quality* diketahui 16 atribut kelemahan layanan. Model Kano digunakan untuk memahami hubungan antara kepuasan pelanggan dengan upaya pemenuhannya. Model Kano mengidentifikasi bahwa terdapat 1 atribut yang termasuk kategori *one-dimensional*, 15 atribut yang termasuk kategori *attractive*, dan 13 atribut termasuk dalam kategori *must-be*. Kemudian dengan mengintegrasikan hasil *e-servqual* dan kano diperoleh 16 atribut yang perlu ditingkatkan dan 13 atribut yang perlu dipertahankan.

Rekomendasi diperoleh dari analisa yang dilakukan berdasarkan penelitian yang dilakukan. Rekomendasi berisi atribut kebutuhan layanan *website e-commerce* Pinkemma yang diprioritaskan untuk ditingkatkan sebagai *true customer needs*.

Kata kunci : Analisis Kebutuhan, *E-Service Quality*, Model Kano, Pengembangan Layanan *Website E-commerce*, Integrasi *E-Service Quality* dan Model Kano