ABSTRAK

Indonesia mulai melihat bahwa berbagai subsektor dalam industri kreatif berpotensi untuk dikembangkan, Esgotado merupakan salah satu pelaku bisnis yang sadar akan hal tersebut. Pelaku usaha industri kreatif dibidang *fashion* yaitu Esgotado yang memproduksi tas ransel. Seiring dikeluarkan produk ini, terdapat beberapa keluhan yang mencerminkan ketidakpuasan pelanggan terhadap salah satu produk yang dibuat oleh Esgotado. Esgotado harus mampu mengetahui dan menyediakan produk yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan agar dapat bertahan di pasar bisnis.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mencari kebutuhan pelanggan produk tas ransel Esgotado tipe Corduro Segundo menggunakan integrasi *Product Quality* dan model Kano. Penelitian ini mengidentifikasi 27 atribut kebutuhan produk tas ransel Corduro Segundo yang digunakan untuk mengukur kinerja *existing* perusahaan dan mengategorikan atribut kebutuhan. Setelah itu, ditentukan atribut kebutuhan yang perlu diprioritaskan dalam pengembangan produk tas ransel Corduro Segundo.

Hasil pengolahan data pada kuesioner *Product Quality* mengidentifikasi 17 atribut lemah pada produk. Selanjutnya, berdasarkan hasil pengolahan data pada kuesioner model Kano, diperoleh 12 atribut berkategori *indifferent*, 12 atribut berkategori *one dimensional*, dan 3 atribut berkategori *attractive*.

Atribut kebutuhan yang perlu untuk ditingkatkan didapat berdasarkan hasil pengolahan data dan analisis dengan memperhatikan keluhan dari pelanggan dan kondisi existing pada tas ransel Corduro Segundo. Berdasarkan hasil pengolahan data dan analisis, terdapat 8 atribut kebutuhan pelanggan terhadap produk tas ransel Corduro Segundo yang perlu ditingkatkan, yaitu tas memiliki daya tahan, tas memiliki resleting yang berkualitas, tas memiliki kombinasi warna, tas memiliki jahitan yang rapi, tas memiliki kenyamanan saat disandang, tas tahan air, tas mampu menyimpan alat tulis, tas mampu menyimpan *Raincover*.

Kata Kunci: Kebutuhan Pelanggan, *Product Quality*, *Model Kano*.