

## ABSTRAK

Seiring dengan meningkatnya pengguna internet dan berkembangnya bisnis *e-commerce*, lahirlah suatu konsep bisnis baru yaitu *daily deals*. *Daily deals* adalah bisnis *e-commerce* berbasis *website* yang dapat memberikan diskon dalam rentang waktu tertentu. Member dari *website daily deals* tersebut akan menerima penawaran secara *online* berupa *e-mail* dan *social network*. Melihat peluang bisnis tersebut, PT Infomedia Nusantara meluncurkan produk *daily deals* yang bernama GooDizz pada tahun 2011. Agar mampu bersaing dalam bisnis ini, PT Infomedia harus mampu memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kebutuhan pelanggan terhadap layanan *daily deals* GooDizz di PT Infomedia Nusantara menggunakan metode *E-Service quality* dan model Kano. Penelitian ini dilakukan dengan mengidentifikasi 36 atribut kebutuhan layanan *daily deals* yang digunakan untuk mengukur kinerja *existing* perusahaan dan mengategorikan atribut kebutuhan tersebut. Setelah itu, dilakukan analisis agar dapat diketahui atribut kebutuhan apa saja yang benar-benar dibutuhkan oleh pelanggan pada layanan *daily deals*.

Berdasarkan hasil pengukuran kinerja dan pengategorian menggunakan *E-Service quality* dan model Kano, dari 36 atribut kebutuhan terdapat 11 atribut kebutuhan layanan *daily deals* GooDizz yang kinerjanya berada dibawah harapan pelanggan. Selanjutnya, melalui proses pengategorian dan pengelompokan atribut menggunakan model Kano, dapat diketahui terdapat 14 atribut yang benar-benar dibutuhkan oleh pelanggan. Dari proses analisis yang telah dilakukan, dari 14 atribut kebutuhan tersebut terdapat beberapa atribut yang dapat digabungkan karena terdapat hubungan yang berkesinambungan sehingga didapat 11 atribut kebutuhan yang harus diprioritaskan dalam pengembangan layanan *daily deals* GooDizz.

Kata Kunci: Analisis Kebutuhan, *E-Service quality*, Model Kano, *Daily Deals*.