ABSTRAK

Guteninc merupakan salah satu *brand* lokal di Indonesia yang menjual produk sepatu untuk pria dan wanita dengan bahan dasar kulit. Guteninc berdiri pada tahun 2011 dengan membuka toko di kota Makasar dan mulai melakukan penjualan melalui *website* resmi Guteninc, www.guteninc.com, pada tahun 2014. Ketatnya persaingan membuat Guteninc perlu melakukan evaluasi dari pelayanan yang telah diberikan dan mengatasi keluhan dari pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi *true customer needs* dari layanan penjualan *online* Guteninc dengan menggunakan integrasi *e-SQ* dan model Kano, sehingga dapat diketahui prioritas kebutuhan pelanggan untuk meningkatkan kualitas layanan penjualan *online*. Atribut kebutuhan didapat dari hasil wawancara kepada pelanggan dengan memperhatikan dimensi *e-SQ* yang menghasilkan *voice of customer*. Tingkat kepuasan pelanggan diukur berdasarkan kuesioner *e-SQ*, lalu kemampuan atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dikategorikan dengan menggunakan model Kano. Berdasarkan hasil identifikasi, diperoleh 20 atribut kebutuhan pelanggan dari layanan penjualan *online* Guteninc. Berdasarkan hasil penelitian, terdapat 17 atribut kebutuhan yang belum mampu memenuhi harapan pelanggan dan tiga atribut kebutuhan yang sudah memenuhi harapan pelanggan. Setelah melakukan pengintegrasian *e-SQ* dan model Kano, dari 20 atribut, didapatkan 16 atribut yang perlu ditingkatkan *(true customer needs)*, tiga atribut yang perlu dipertahankan, dan satu atribut yang dapat diabaikan. Atribut yang termasuk ke dalam *true customer needs* perlu ditingkatkan berdasarkan urutan prioritas peningkatan. Dengan memperhatikan hal tersebut, Guteninc dapat meningkatkan pelayanan secara optimal.

Kata Kunci: Atribut Kebutuhan, *e-SQ*, Guteninc, Layanan Penjualan *Online*, Model Kano