

ABSTRAK

Indihome adalah produk yang terdiri berbagai jenis produk dalam satu paket yang membantu konsumen untuk memutar tayangan televisi yang terlewatkan 7 hari yang lalu. Dalam rangka memberikan pelayanan dan jasa yang terbaik untuk konsumen, Indihome tidak bisa hanya berfokus untuk mengembangkan produknya saja tetapi perusahaan juga harus memperhatikan pelayanan yang diberikan agar menimbulkan kepuasan terhadap produk dan layanan yang telah diberikan. Berdasarkan hasil *in depth interview* yang dilakukan oleh penulis, diperoleh keluhan pada layanan Indihome yang menunjukkan ketidakpuasan pelanggan terhadap layanan Indihome. Oleh karena itu pada penelitian ini dilakukan perbaikan kualitas layanan Indihome menggunakan integrasi Metode *Servqual* dan Model Kano. terdapat 20 atribut kebutuhan konsumen yang didapatkan berdasarkan *Voice of Customer (VoC)*. Atribut kebutuhan digunakan untuk mengukur tingkat kepentingan, tingkat kenyataan, dan tingkat harapan layanan Indihome lalu mengklasifikasikan atribut kebutuhan berdasarkan dimensi *Servqual* dan Model Kano dan menentukan atribut kebutuhan yang dijadikan sebagai *True Customer Needs*. Berdasarkan hasil pengolahan Kuesioner *Servqual* didapatkan 8 atribut kuat dan 12 atribut lemah. Rekomendasi dirumuskan berdasarkan hasil pengolahan data yang berisi atribut kebutuhan yang diprioritaskan dan dikembangkan sebagai *True Customer Needs*.

Kata Kunci: Analisis Kebutuhan, Indihome, *Servqual*, Model Kano, Integrasi *Servqual* dan Model Kano.