

ABSTRAK

WiFi Flashzone Seamless adalah layanan *WiFi* yang diberikan oleh PT Telekomunikasi dan PT Telkomsel kepada pelanggan Telkomsel untuk menikmati *WiFi* super cepat. Pada penelitian ini dilakukan wawancara kepada pengguna layanan *WiFi Flashzone Seamless*, terdapat beberapa keluhan serta ketidakpuasan pelanggan terhadap layanan. Berdasarkan permasalahan tersebut, penulis melakukan analisis mengenai kebutuhan pelanggan di Bandung untuk dijadikan rekomendasi perbaikan bagi perusahaan. Terdapat 26 atribut kebutuhan pelanggan yang dikelompokkan menjadi 7 dimensi berdasarkan *Voice of Customer (VoC)* yang didukung oleh penelitian terdahulu. Pada penelitian ini digunakan metode *Service Quality* untuk menentukan atribut lemah dan atribut kuat. Kemudian dilakukan pula penelitian Model Kano untuk mengkategorikan atribut *must-be (M)*, *one dimensional (O)*, *attractive (A)*, *indifferent (I)*, dan *reserve (R)*. Integrasi Metode *Service Quality* dan Model Kano menunjukkan tindakan yang perlu dilakukan perusahaan, yakni pengembangan, pertahanan, dan peningkatan. Berdasarkan hasil pengolahan data dari 110 responden, didapatkan 15 atribut kuat, 11 atribut lemah, 10 atribut kategori *must-be*, 10 atribut kategori *one dimensional*, 4 atribut kategori *attractive*, dan 2 atribut kategori *indifferent*. Integrasi Metode *Service Quality* dan Model Kano menghasilkan *True Customer Needs*, yakni 10 atribut yang perlu ditingkatkan dan 2 atribut yang perlu dikembangkan.

Kata Kunci : Analisis Kebutuhan, *Service Quality*, Model Kano, Integrasi Metode *Service Quality* dan Model Kano, *WiFi Flashzone Seamless*.