

## ABSTRAK

Bearpath merupakan salah satu perusahaan yang menjalankan kegiatan usaha dalam bidang *fashion* khususnya produk sandal yang telah berdiri sejak tahun 2012. Target pasar dari Bearpath yaitu pria dan wanita dengan rentang usia 18 hingga 35 tahun dengan pendapatan menengah hingga menengah keatas. Bearpath memanfaatkan penjualan *online (e-commerce)* untuk memperluas jangkauan pasar. Berdasarkan hasil survei, terdapat keluhan dan kendala pada layanan *website* Bearpath. Oleh karena itu, Bearpath perlu mengidentifikasi kebutuhan pelanggan serta meningkatkan kualitas pelayannya agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode *E-Servqual* dan Model Kano. Terdapat 28 atribut kebutuhan pelanggan yang didapatkan berdasarkan *voice of customer*. *E-Servqual* digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan sehingga pada penelitian ini didapatkan 17 atribut kuat dan 11 atribut lemah. Model Kano digunakan untuk mengetahui kategori Kano pada atribut kebutuhan. Dengan mengintegrasikan *E-Servqual* dan Model Kano menghasilkan rekomendasi atribut yang perlu dipertahankan, dikembangkan, dan ditingkatkan. Berdasarkan hasil integrasi *E-Servqual* dan Model Kano, didapatkan 11 atribut yang termasuk ke dalam *True Customer Needs* yang terdiri dari dua atribut direkomendasikan untuk dikembangkan, dan Sembilan atribut direkomendasikan untuk ditingkatkan.

**Kata Kunci :** Atribut Kebutuhan, *E-Commerce*, *E-Servqual*, *Model Kano*, *True Customer Needs*, *Website*.