

ABSTRAK

Adorable Projects adalah sebuah *brand* lokal sepatu *handmade* yang berasal dari Bandung. Adorable Projects telah didirikan sejak tahun 2008. Meskipun telah lama didirikan, CEO Adorable Projects menjelaskan bahwa target pendapatan yang mereka dapatkan masih belum menapai target yang diinginkan. Berdasarkan hal tersebut CEO Adorable Projects menginginkan adanya perbaikan pada *website* yang dimilikinya. Keinginan dalam memperbaiki *website* yang dimiliki tersebut dikarenakan banyaknya keluhan terkait layanan *website* serta rendahnya angka penggunaan *website* sebagai layanan pembelian *online*. Berdasarkan permasalahan di atas, maka dilakukan sebuah penelitian terkait perumusan kebutuhan layanan pembelian *online* melalui *website* Adorable Projects. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi *true customer needs* dari layanan yang diberikan dengan menggunakan integrasi *e-SQ* dan Model Kano. Atribut kebutuhan didapatkan dari hasil wawancara terhadap para pelanggan Adorable Projects dengan memperhatikan dimensi *e-SQ* yang kemudian menghasilkan *voice of customer*. Setelah itu, tingkat kepuasan pelanggan diukur menggunakan kuesioner *e-SQ*, sehingga didapatkan atribut kepuasan pelanggan sebanyak 33 atribut. Berdasarkan hasil perhitungan kuesioner *e-SQ* didapatkan lima belas atribut yang tergolong ke dalam kategori kuat dan delapan belas atribut yang tergolong ke dalam kategori lemah. Tahapan selanjutnya adalah melakukan perhitungan kuesioner Model Kano dengan bantuan tabel evaluasi Kano yang kemudian menghasilkan atribut dengan kategori *attractive*, *one dimensional*, *must be* dan *indifferent*. Setelah itu, dilakukan tahapan pengintegrasian *e-SQ* dan Model Kano, didapatkan tiga puluh tiga atribut kebutuhan dan dari tiga puluh tiga atribut kebutuhan tersebut, didapatkan lima belas atribut kebutuhan yang perlu ditingkatkan dan tiga atribut yang perlu diprioritaskan dengan mempertimbangkan tingkat kepuasan serta pengaruh dari masing – masing atribut tersebut, sehingga didapatkan 15 atribut dan 3 atribut tersebut tergolong dalam atribut dengan kategori lemah dan dijadikan sebagai rekomendasi *true customer needs*.

Kata Kunci : Atribut Kebutuhan, *e-SQ*, Adorable Projects, Model Kano, *True Customer Needs*