

ABSTRAK

Coffee Colada merupakan salah satu Usaha Kecil dan Menengah dibidang *food and beverage* di Kota Bandung. Café yang berkonsep coffee kitchen ini berdiri mulai awal Maret 2019 dan digandrungi oleh konsumen sekitar Kota Bandung mulai dari kalangan anak muda hingga dewasa. Namun seiring berjalannya waktu hingga sampai saat ini, semakin banyak bisnis yang bergerak dibidang yang sama di Kota Bandung. Sehingga pengunjung mulai menurun dari waktu ke waktu. Oleh karena itu Coffee Colada harus memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan customer agar customer dapat merasakan kepuasan saat berkunjung ke Coffee Colada. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kebutuhan *customer* Coffee Colada dengan menggunakan integrasi Metode Kano dan *SERVQUAL*, adapun dimensi yang digunakan diantaranya *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Emphaty*. Dari dimensi tersebut diperoleh 20 atribut kebutuhan layanan diantaranya 11 atribut kuat dimana atribut ini sudah memenuhi harapan *customer* dan 9 atribut lemah dimana atribut ini belum memenuhi harapan *customer*. Selanjutnya, berdasarkan hasil pengolahan kuisisioner Kano terdapat 14 atribut yang termasuk dalam kategori *One dimensional*, 5 atribut yang termasuk kedalam kategori *Must Be*, dan 1 atribut yang termasuk kedalam kategori *Attractive*. Setelah itu, dilakukan pengintegrasian *Kano Method* dan *Service Quality Method* sehingga diperoleh kategori kebutuhan yang harus dipertahankan, ditingkatkan, dikembangkan dan diabaikan oleh pihak Coffee Colada. Kebutuhan yang ditingkatkan dan dikembangkan merupakan *True Customer Needs*.

Kata kunci : *Coffee Colada, Servqual Method, Kano Method, True Customer Needs*.

