

## ABSTRAK

PT Gujati 59 Utama adalah salah satu produsen jamu/obat tradisional yang sudah sejak lama berdiri. Produk dari PT Gujati 59 Utama yaitu jamu instan, kosmetik, obat kapsul dan bumbu tabur. Saat ini perusahaan sedang mengembangkan layanan *website* yang digunakan untuk menambah jumlah penjualan secara *online*. Pada pengembangan *website* masih ada beberapa kekurangan yang perlu diperbaiki. Akibat dari kekurangan tersebut adalah belum ada pembelian melalui *website*. Hal itu menjadi dasar dari penelitian kali ini untuk merancang atribut kebutuhan layanan pelanggan. Penelitian ini mengintegrasikan metode *Electronic Service Quality* dan Model Kano dalam menentukan dimensi kebutuhan layanan *website* dan mengolah data hasil kuesioner. Dimensi kebutuhan layanan pelanggan didapatkan dari hasil *in depth interview* dengan pelanggan PT Gujati 59 Utama yang pernah mengunjungi *website* (*mazzonimart.com*). Berikut merupakan dimensi yang digunakan; *information quality, website aesthetics, purchase process, website convenience, product selection, website personalization, system availability, service level, security, privacy, dan order accuracy*.

Berdasarkan dimensi terpilih terdapat 34 indikator layanan elektronik untuk mengukur kualitas *website* PT Gujati 59 Utama. Hasil dari penelitian ini adalah *true customer needs*. Sebanyak 5 *true customer needs* yang perlu untuk dikembangkan dan 19 *true customer needs* yang perlu untuk ditingkatkan.

*True customer needs* menjadi dasar pemecahan masalah yang telah diidentifikasi dan perancangan sistem perbaikan untuk layanan *website*. Perancangan sistem perbaikan perlu dianalisa hingga menghasilkan rekomendasi. Perancangan rekomendasi berdasarkan studi literatur dan pertimbangan dari perusahaan. Sehingga rancangan rekomendasi dapat memperbaiki kekurangan dari layanan *website* PT Gujati 59 Utama dan menjadi hasil akhir dari penelitian ini.

Kata Kunci—*Layanan Website, Dimensi, Model Kano, Electronic Service Quality, True Customer Needs*