

## ABSTRAK

Transportasi merupakan sesuatu yang melekat pada kehidupan setiap manusia. Perpindahan manusia dan barang dari satu lokasi ke lokasi lain disebut sebagai transportasi. Transportasi adalah sarana untuk memindahkan orang dan benda melalui ruang dan waktu. Transportasi sebagai pelayanan publik memiliki peran penting dalam masyarakat, namun pada kenyataannya sebagian besar perusahaan angkutan umum di Indonesia hanya mementingkan pelayanan sebagai output. Artinya, tujuan kegiatan mereka hanyalah mengangkut seseorang atau menyediakan kapasitas transportasi. Pelanggan hanya menyukai penerima jasa, mereka tidak peduli dengan kebutuhan pelanggan (*customer oriented*). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen yang meliputi persepsi dan ekspektasi pada kereta api sleeper kelas luxury PT Kereta Api Indonesia. Teknik analisis data yang digunakan adalah desain proposisi nilai dengan metode penelitian kualitatif deskriptif. Desain proposisi nilai digunakan sebagai identifikasi pelanggan yang ditargetkan secara spesifik berdasarkan pendefinisian masalah, kebutuhan, keinginan, dan apa yang harus dihindari oleh pelanggan. Hasil dari penelitian ini adalah desain proposisi nilai yang terdiri dari *customer jobs*, *customer pains*, dan *customer gains* dari segmen pelanggan kereta api sleeper kelas luxury PT Kereta Api Indonesia untuk menjawab masalah, kebutuhan, keinginan, dan apa yang harus dihindari oleh pelanggan. Dari hasil penelitian ini, peneliti berharap agar penelitian ini dapat menjadi acuan bagi perusahaan dalam membuat proposisi nilai sesuai dengan desain proposisi nilai yang sudah di kemukakan dan dijabarkan dalam penelitian ini agar kedepannya PT Kereta Api Indonesia dapat memenuhi semua keinginan dan kebutuhan konsumen serta dapat meningkatkan customer loyalty terhadap perusahaan atas jasa dan produk yang diberikan.

Kata kunci: Customer Profile, Value Proposition Design, Pelanggan