

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan pendapatan Twenty One Autos dengan memenuhi kebutuhan konsumen melalui pendekatan design thinking. Dengan menerapkan metode kualitatif dan pendekatan design thinking, studi ini mengeksplorasi pemahaman mendalam, mengembangkan dasar-dasar teori, dan menggambarkan realitas penelitian. Temuan menunjukkan bahwa meskipun layanan Twenty One Autos menerima penilaian positif, ada potensi untuk meningkatkan variasi unit, efisiensi kredit, dan strategi pemasaran online/offline. Rekomendasi meliputi pembuatan situs web proses kredit yang efisien, kustomisasi mobil, dan optimalisasi promosi offline untuk meningkatkan penjualan, dengan penekanan pada keterlibatan pemangku kepentingan dan alokasi sumber daya yang efektif. Evaluasi berkala terhadap strategi pemasaran juga dianggap penting untuk memastikan inovasi yang berkelanjutan dan keselarasan dengan kebutuhan pelanggan.

Kata kunci: Kebutuhan Konsumen, *Design Thinking*, Twenty One Autos