

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk merancang perbaikan produk kaos polo pada *brand* Bravo Projects melalui integrasi antara *product quality* dan model kano. Metode yang digunakan dalam penelitian ini melibatkan pengumpulan data dari kuesioner yang terbagi menjadi dua bagian, yaitu kuesioner *product quality* dan model kano, untuk mengidentifikasi dan mengklasifikasikan atribut kebutuhan produk berdasarkan dimensi *product quality* serta mengelompokkan atribut produk menggunakan kategori model kano. Analisis hasil kuesioner menunjukkan bahwa terdapat tiga belas atribut kebutuhan yang teridentifikasi, dengan enam atribut kuat dan tujuh atribut lemah berdasarkan analisis *product quality*. Selanjutnya, hasil pengolahan data model kano mengklasifikasikan sepuluh atribut sebagai *one-dimensional*, dua atribut sebagai *must-be*, dan satu atribut sebagai *attractive*. Hasil dari integrasi *product quality* dan model kano menghasilkan tujuh atribut yang perlu ditingkatkan dan enam atribut yang perlu dipertahankan. *True Customer Needs* (TCN) yang diperoleh mencakup rekomendasi perbaikan untuk atribut-atribut utama, seperti kenyamanan saat dipakai, daya serap bahan, kesesuaian ukuran, dan ketahanan bahan. Berdasarkan hasil penelitian ini, Bravo Projects disarankan untuk fokus pada perbaikan atribut-atribut yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan kualitas produk kaos polo.

Kata kunci: Atribut Kebutuhan, Bravo Projetcs, Kaos Polo, Model Kano, Perbaikan Produk, *Product Quality*, *True Customer Needs*.