

PERANCANGAN PERBAIKAN KUALITAS LAYANAN PADA APLIKASI LANGIT MUSIK BERDASARKAN ANALISIS KEBUTUHAN USER MENGGUNAKAN INTEGRASI M-SERVICE QUALITY DAN MODEL KANO

DESIGN OF SERVICE QUALITY IMPROVEMENT IN APPLICATION LANGIT MUSIK BASED ON USER REQUIREMENT ANALYSIS USING M-SERVICE QUALITY AND KANO MODEL INTEGRATION

Putra Ash Shiddiq¹, Sari Wulandari, S.T., M.T.², Meldi Rendra S.T, M.Eng³

^{1, 2, 3}Program S1 Teknik Industri, Fakultas Rekayasa Industri, Universitas Telkom

¹ putraashshiddiq@students.telkomuniversity.ac.id, ² sariwulandariit@telkomuniversity.ac.id,

³ meldirendra@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Munculnya era digital mendorong bangkitnya format musik digital dan konsumsi musik menjadi berbasis online seperti contohnya adalah aplikasi streaming musik. Salah satu aplikasi streaming musik yang mulai dikenal oleh generasi muda yaitu Langit Musik. Namun, aplikasi Langit Musik memiliki beberapa keluhan dari penggunaannya terhadap layanan yang telah diberikan. Oleh karena itu, aplikasi Langit Musik perlu mengidentifikasi kebutuhan layanan dan meningkatkan kualitas layanan agar kepuasan pengguna aplikasi dapat meningkat. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi true customer needs berdasarkan voice of customer sehingga didapatkan atribut kebutuhan yang diprioritaskan untuk ditingkatkan. Penelitian ini menggunakan metode Mobile Service Quality dan Model Kano. Metode M-Servqual digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan penggunaannya terhadap layanan yang diberikan sehingga didapatkan atribut-atribut lemah untuk ditingkatkan. Metode Kano digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing atribut dengan tingkat kepuasan yang diterjemahkan dalam kategori Kano. Dengan mengintegrasikan metode M-Servqual dan Model Kano menghasilkan atribut yang perlu ditingkatkan oleh pihak developer aplikasi Langit Musik, yang kemudian didapatkan 29 atribut kebutuhan yang 13 atribut kebutuhan diantaranya perlu ditingkatkan dengan mempertimbangkan tingkat kepuasan dan pengaruh dari masing-masing atribut tersebut, 13 atribut kebutuhan yang perlu ditingkatkan disebut true customer needs untuk diidentifikasi dan diberikan rekomendasi.

Kata Kunci: Aplikasi Langit Musik, Atribut Kebutuhan, M-Servqual, Model Kano, True Customer Needs, Voice of Customer.

Abstract

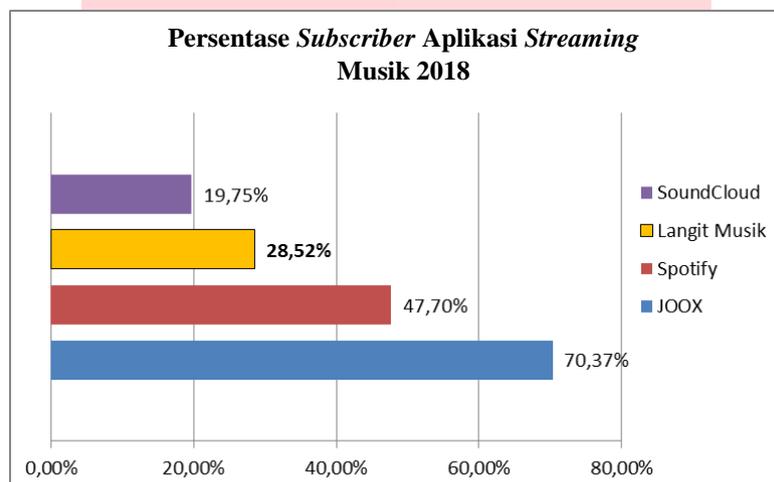
The emergence of the digital era encourages the rise of digital music format and music consumption becomes online based as an example is a music streaming application. One of the music streaming applications that is known by the young generation is Langit Musik. However, Langit Musik application has some complaints from its users against services that have been provided. Therefore, Langit Musik application needs to identify the needs of the service and improve the service quality so that the application user satisfaction can increase. This research aims to identify true customer needs based on voice of customer so that the required attributes are prioritized for improvement. This research uses the Mobile Service Quality and canoe Model methods. The M-Servqual method is used to measure the level of user satisfaction of the provided services so that the weak attributes are obtained for improvement. The Kano method is used to determine the influence of each attribute with the level of satisfaction translated in the category Kano. By integrating the M-Servqual method and the Kano Model generates attributes that need to be improved by the developer of Langit Musik application, which is then obtained 29 attributes that need 13 attributes need to be improved by considering the level of satisfaction and influence of each of these attributes, 13 attribute needs that need to be improved is called true customer needs to be identified and given recommendations.

Keywords: Langit Musik Applications, Attributes needs, M-Servqual, Kano Models, True Customer Needs, Voice of Customer.

1. Pendahuluan

Murphy (2015) mengatakan Munculnya era digital menghasilkan pada penurunan penjualan produk fisik dan mendorong perubahan mendasar pada struktur bisnis dan ekonomi dari industri musik, hal ini mempengaruhi bagaimana musik di produksi dan di konsumsi pada saat ini. Kondisi tersebut sejalan dengan hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada Gambar 1.1 yang menunjukkan bahwa sekitar 101,8 juta pengguna internet di Indonesia mendengarkan musik secara online (APJII, 2017). Jumlah tersebut meningkat secara signifikan dari tahun 2016, dimana jumlah pengguna internet Indonesia yang menggunakan internet untuk mendengarkan musik secara online hanya sebanyak 46,9 juta jiwa saja (APJII, 2016). Selain itu, dari data pada tahun 2017 dapat diketahui bahwa mendengarkan musik menjadi kegiatan kedua yang kerap dilakukan dalam gaya hidup orang Indonesia khususnya kalangan remaja. Kalangan remaja atau sering kita sebut generasi milenial ini telah menjadi pasar potensial terbesar yang mengkonsumsi berbagai aplikasi streaming musik seperti Spotify, Joox, SoundCloud, Langit Musik dan masih banyak lagi.

Selain itu, pada Gambar 1 diketahui bahwa hingga tahun 2019 total pengguna aplikasi *streaming* musik yang telah mengunduh versi *mobile* Android mencapai 1 – 500 juta lebih orang. Jumlah penggunanya juga akan terus bertambah, karena penetrasi perangkat telepon pintar yang terus berkembang di Indonesia. Berdasarkan data hasil survei dari Dailysocial.id diketahui bahwa Langit Musik yang telah berdiri sejak 2010 hanya memiliki persentase *subscribers* sebesar 28,52%. Persentase jumlah *subscribers* yang dimiliki oleh Langit Musik ini masih jauh lebih rendah dibandingkan dengan pesaingnya JOOX. Sebagai aplikasi *streaming* musik yang baru, JOOX berhasil memiliki jumlah persentase *subscribers* sebesar 70,37%. Berikut merupakan presentase jumlah *subscribers* aplikasi *streaming* musik menurut hasil survey dailysocial.id pada tahun 2018.



Gambar 1 Persentase Subscriber Aplikasi Streaming Musik 2018
(Sumber: www.dailysocial.id)

Berdasarkan Gambar 1 dapat diketahui, bahwa lamanya sebuah aplikasi *streaming* musik berjalan tidak menentukan banyaknya jumlah *subscribers* yang dimiliki oleh aplikasi tersebut. Menurut hasil survei pada DailySocial.id seorang pelanggan dalam berlangganan sebuah aplikasi *streaming* musik didasari oleh sejauh mana layanan yang diberikan dapat memenuhi kebutuhannya dengan baik. Salah satu faktor rendahnya jumlah *subscribers* Langit Musik adalah layanan yang diberikan oleh Langit Musik belum dapat memenuhi kebutuhan penggunanya. Jumlah *subscribers* Langit Musik dapat terus menurun jika tidak dapat bersaing dengan aplikasi *streaming* musik lainnya. Dengan banyaknya aplikasi *streaming* musik yang tersedia menciptakan persaingan pasar yang semakin ketat. Perkembangan *digital* juga yang semakin pesat membuat pelanggan dapat mengetahui berbagai informasi dari aplikasi yang akan digunakan sebelum diunduh seperti kualitas aplikasi, *rating*, dan informasi aplikasi lainnya yang dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Informasi Aplikasi Streaming Musik Online
(Sumber: website Google Play Store)

Aplikasi	Rating Google Play Store	Jumlah Pengunduh	Jumlah Reviewer	Tahun Perilisan
Soundcloud	4.6/5	100 Juta + Pengunduh	4.127.967	2007
Spotify	4.5/5	500 Juta + pengunduh	16.407.064	2006
JOOX	4.4/5	100 Juta + Pengunduh	5.465.058	2015
Langit Musik	4.1/5	5 juta + Pengunduh	64.984	2010

Dari data informasi aplikasi *streaming* musik pada Tabel 1 dapat dilihat bahwa aplikasi Langit Musik memiliki *rating* terendah dibandingkan dengan pesaingnya. Terhitung pada November 2019 *rating* untuk aplikasi Langit Musik mengalami penurunan menjadi 4.0 dari 5 skala penilaian yang sebelumnya memiliki *rating* sebesar 4.2 dari 5 skala penilaian. *Rating* dari Langit Musik yang rendah ini berdampak kepada jumlah pengunduh dari aplikasi tersebut yang hanya mencapai kisaran 5 juta pengunduh aplikasi. Jumlah pengunduh dari aplikasi Langit Musik juga memiliki urutan terendah dari aplikasi pesaing yang sudah mencapai ratusan juta unduhan. Berbeda dengan JOOX yang telah mencapai 100 juta lebih unduhan hanya dalam kurun waktu 5 tahun. Dengan *rating* yang rendah dan juga persentase jumlah *subscribers* yang tidak sebesar pesaingnya dapat dikatakan bahwa Langit Musik mempunyai masalah pada kualitas layanan yang diberikan kepada penggunanya. Maka dari itu, dilakukan survei pendahuluan untuk memverifikasi dugaan masalah yang ada pada aplikasi Langit Musik terhadap 30 responden pengguna aplikasi ini. Hasil survei pendahuluan, diperoleh beberapa macam keluhan dari pengguna aplikasi Langit Musik berdasarkan variabel *M-Servqual*. Terdapat 9 variabel *M-Servqual* untuk memenuhi kepuasan pelanggan menurut (Huang, dkk 2015). Pada tabel 2 dijelaskan mengenai kategori dan hasil rekapitulasi keluhan pengguna aplikasi Langit Musik.

Tabel 2 Keluhan Pelanggan Berdasarkan M-Service Quality

Variabel	Keluhan	Presentase
Effeciency	Aplikasi delay saat merespon perintah	77%
	Aplikasi sulit untuk di operasikan	
	Terkadang hasil pencarian lagu tidak akurat	
System Avaibility	Aplikasi sering mengalami <i>lag</i>	63%
	Tidak jarang aplikasi mengalami <i>forced closed</i>	
Content	Tampilan aplikasi yang tidak modern	80%
	<i>Layout</i> aplikasi tidak membingungkan	
Privacy	Pengguna Telkomsel ragu untuk menggunakan aplikasi karena kuota tetap	55%
Fulfillment	<i>Genre</i> lagu tidak lengkap	86%
	Kualitas lagu yang buruk	
	Lagu yang disajikan tidak <i>up to date</i>	
Responsivness	Tidak ada fitur bantuan aplikasi	77%
	<i>Customer service</i> kurang cepat menanggapi keluhan	
Compensation	Tidak ada kompensasi masalah yang diberikan	60%
	Kompensasi tidak pernah sesuai jika diberikan	
Contact	Saluran <i>customer service</i> tidak beragam	47%
	<i>Customer service</i> tidak bisa menyelesaikan masalah	
Billing	Promo pengguna Telkomsel tidak dapat bekerja	53%
	Pengguna Halo Kick tidak dapat akses premium	

Berdasarkan Tabel 2 menunjukkan bahwa terdapat beberapa keluhan terhadap layanan pada aplikasi Langit Musik yang didapatkan dari survei pendahuluan kepada sejumlah pengguna aplikasi Langit Musik. Hasil survei pendahuluan tersebut, membuktikan bahwa terdapat masalah pada kualitas pelayanan di aplikasi Langit Musik. Oleh karena itu diperlukan penelitian mengenai analisis kebutuhan untuk menentukan kebutuhan yang dapat memuaskan pengguna aplikasi Langit Musik.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 M-Servqual

Menurut Huang, dkk (2015), *mobile service quality (M-Servqual)* dapat dikatakan sebagai turunan dari *electronic service quality (E-Servqual)* [1]. Tetapi *M-Servqual* juga dapat dianggap sebagai metode yang berdiri sendiri dan terpisah dari *E-Servqual* karena memiliki karakteristik unik. Walaupun *E-Servqual* dan *M-Servqual* sama sama mengukur kualitas pelayanan dalam bidang elektronik, karakteristik yang ada pada *M-Servqual*

memiliki perbedaan yang signifikan, sehingga diharuskan untuk menciptakan skala tersendiri untuk mengukur I. Skala tersebut diperlukan karena teknologi *mobile* menciptakan *platform* baru dalam bidang pelayanan. Perhitungan yang digunakan untuk mengukur Nilai Kepuasan Pelanggan (NKP) dapat dilihat pada Tabel 3

Tabel 3 Rumus *gap* dan NKP

No	Rumus
1.	$gap = \text{Kenyataan} - \text{Harapan}$
2.	$NKP = gap \times \text{Kepentingan}$

Sumber: Tan & Pawitra (2001)

2.2 Analisis Kebutuhan

Analisis kebutuhan merupakan salah satu tahapan untuk mengetahui atribut yang dibutuhkan untuk meningkatkan layanan sehingga dapat meningkatkan kepuasan pengunjung. Dampak kepuasan pengunjung berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan pengunjung secara implisit dan eksplisit oleh totalitas produk dan jasa sehingga penting untuk mengidentifikasi atribut yang harus ditingkatkan, ditawarkan, atau inovasi untuk meningkatkan kepuasan pengunjung [2].

2.3 Diagram Afinitas

Afinitas adalah satu kebutuhan pengunjung yang ditunjukkan dengan berbagai persepsi pengunjung dan dapat ditemukan ketika melakukan penggalan VoC, afinitas dianalisis menggunakan diagram afinitas. Diagram afinitas berfungsi untuk menyaring sejumlah informasi seperti ide, isu, atau opini secara efisien berdasarkan pertimbangan pola dan pendekatan yang digunakan untuk memperoleh inti dari informasi pengunjung [3].

2.4 Model Kano

Model Kano merupakan alat yang efektif untuk mengategorikan atribut pada produk atau jasa berdasarkan seberapa besar tingkat kepuasan yang dihasilkan oleh setiap atribut [4]. Model ini menggolongkan kebutuhan pengunjung berdasarkan seberapa besar kebutuhan tersebut dapat berdampak pada kepuasan pengunjung. Pengelompokan atribut kebutuhan produk ke dalam tiga kategori kebutuhan [4].

1. *Must-be*

Kategori atribut kebutuhan *must-be* merupakan kebutuhan syarat dari sebuah produk. Apabila atribut ini terpenuhi, maka konsumen akan mendapatkan kepuasan, namun apabila atribut ini tidak terpenuhi, maka akan berdampak langsung terhadap kepuasan pelanggan

2. *One Dimensional*

Atribut kebutuhan berkategori *One-Dimensional* adalah kinerja atribut yang berbanding lurus dengan tingkat kepuasan pelanggan. Semakin tinggi tingkat pemenuhan kepuasan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dihasilkan dan begitupun sebaliknya.

3. *Attractive*

Atribut kebutuhan berkategori *Attractive* adalah tingkat kepuasan pelanggan meningkat sampai tinggi dengan meningkatkannya kinerja atribut, tetapi penurunan kinerja atribut tidak akan menurunkan tingkat kepuasan.

4. *Indifferent*

Pada kategori *Indifferent*, hadir atau tidaknya atribut kebutuhan tersebut tidak akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

5. *Reverse*

Pada kategori *Reverse*, kepuasan pelanggan akan menurun bila atribut terhadap kebutuhan tersebut ada dalam produk perusahaan. Sebaliknya, apabila atribut tersebut dihilangkan maka kepuasan pelanggan akan meningkat.

6. *Questionable*

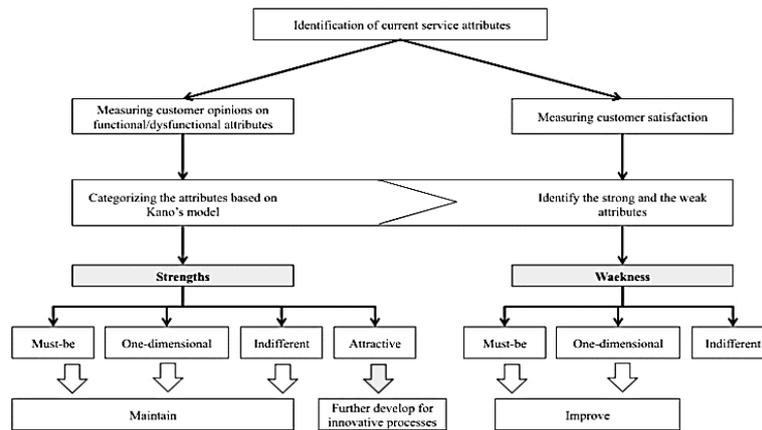
Pada kategori *Questionable*, terjadi pada saat jawaban responden pada pertanyaan *functional form* maupun *dysfunctional form* tidak sesuai sehingga menimbulkan keraguan.

2.5 Integrasi *M-Servqual* dan Model Kano

Integrasi *M-Servqual* dan Model Kano dilakukan untuk menutupi kekurangan masing-masing dari metode yang digunakan *M-Servqual* menghasilkan atribut lemah dan atribut kuat serta Model Kano mengklasifikasikan atribut kebutuhan. Manfaat dari integrasi *M-Servqual* dan Model Kano adalah sebagai berikut:

1. Mampu mengatasi kekurangan yang dimiliki oleh masing-masing metode.
2. Memberikan dasar perencanaan perbaikan.
3. Sebagai prioritas rencana untuk setiap atribut kebutuhan.

Gambar 3 merupakan *framework* dari integrasi *M-Servqual* dan Model Kano yang dirancang [4]:



Gambar 2 Integrasi *M-Servqual* dan Model Kano

3. Metodologi Penelitian



Gambar 3. Model Konseptual

Atribut kebutuhan yang telah didapatkan melalui *Voice of Customer* akan dikelompokkan ke dalam dimensi *mobile service quality* yaitu *Efficiency*, *System Availability*, *Content*, *Privacy*, *Fulfillment*, *Responsivness*, *Compensation*, *Contact*, dan *Billing*. Pada penelitian ini menggunakan dua jenis kuesioner yaitu kuesioner *Mobile Service Quality* dan kuesioner model Kano. Pada kuisioner *Mobile Service Quality* akan menghasilkan Nilai Kepuasan Pelanggan (NKP) sehingga akan diketahui juga atribut yang mempunyai kategori kuat dan kategori lemah. Atribut kebutuhan yang termasuk ke dalam kategori atribut kuat yaitu memiliki nilai NKP positif, sedangkan atribut kebutuhan yang termasuk ke dalam kategori lemah yaitu atribut yang memiliki nilai NKP negatif. Pada kuesioner Model Kano, pernyataan dalam kuesioner dibuat dengan pernyataan *functional* dan *dysfunctional*. Hasil dari kuesioner pada Model Kano adalah atribut kebutuhan yang diklasifikasikan berdasarkan

kategori Kano yaitu *must-be*, *one-dimensional*, *attractive*, *indifferent*, *reserve*, dan *questionable*. Pada akhir penelitian akan dihasilkan *true customer needs*, yaitu atribut kebutuhan lemah berkategori *must-be*, *one-dimensional*, dan *attractive* serta atribut kebutuhan kuat berkategori *attractive*.

4. Pembahasan

4.1 Identifikasi Atribut Kebutuhan

Identifikasi atribut kebutuhan ini dilakukan melalui proses studi literatur dan wawancara secara mendalam, yang bertujuan untuk mencari *Voice of Customer* (VoC) dalam menentukan kebutuhan dan harapan dari pengguna aplikasi Langit Musik.

4.2 Pengelompokan Atribut Kebutuhan dalam dimensi *M-Servqual*

Dimensi *M-Servqual* yang telah ditentukan sebelumnya digunakan untuk menentukan atribut kebutuhan pada layanan dari aplikasi Langit Musik. Atribut yang digunakan untuk setiap dimensi diperoleh melalui penelitian terdahulu dan hasil penggalian VoC yang telah dilakukan mengenai kualitas pelayanan aplikasi Langit Musik. Dimensi *M-Servqual* dan Atribut tiap dimensi dapat dilihat pada Tabel 3

Tabel 4 Dimensi *M-Servqual* dan Kode Atribut Kebutuhan

No	Dimensi	No	Atribut Kebutuhan	Kode
1	<i>Efficiency</i>	1	Kecepatan aplikasi dalam merespon perintah	EF1
		2	Ketersediaan panduan untuk mendapatkan akses premium	EF2
		3	Kemudahan aplikasi untuk dioperasikan	EF3
		4	Keakuratan hasil pencarian lagu	EF4
		5	kesesuaian rekomendasi lagu atau <i>playlist</i>	EF5
2	<i>System Availability</i>	1	Aplikasi memiliki fungsionalitas yang baik (misal : tidak mengalami <i>lag</i> atau <i>force closed</i>)	SA1
		2	Kelengkapan pengaturan aplikasi	SA2
		3	Ketersediaan fitur pelengkap lagu	SA3
3	<i>Content</i>	1	Keakuratan informasi lagu yang disajikan	CT1
		2	Tampilan aplikasi yang menarik	CT2
		3	Layout aplikasi yang teratur (misal : menu pencarian, <i>playlist</i> , beranda)	CT3
4	<i>Privacy</i>	1	Keamanan data pribadi terjaga dengan baik	PV1
		2	Keamanan saat melakukan segala jenis pembayaran	PV2
		3	Kejelasan tata cara pembayaran	PV3
5	<i>Fullfillment</i>	1	Kelengkapan pilihan lagu yang tersedia pada aplikasi	FM1
		2	Kemampuan aplikasi menyajikan lagu <i>up to date</i>	FM2
		3	Ketersediaan lagu dengan kualitas yang baik	FM3
6	<i>Responsivness</i>	1	Ketersediaan fitur bantuan pada aplikasi	RP1
		2	kecepatan dalam menanggapi keluhan pelanggan	RP2
		3	Ketersediaan fitur saran aplikasi	RP3
7	<i>Compensation</i>	1	Ketersediaan kompensasi masalah	CP1
		2	Pembaruan fitur secara terus menerus	CP2
		3	Kesesuaian kompensasi dengan keluhan yang dirasakan <i>user</i>	CP3
8	<i>Contact</i>	1	Kesopanan <i>customer service</i> dalam melayani keluhan user	CC1
		2	Kemampuan <i>customer service</i> dalam memberikan solusi terhadap keluhan yang ada	CC2
		3	Ketersediaan berbagai cara untuk menghubungi <i>customer service</i>	CC3
9	<i>Billing</i>	1	Ketersediaan saluran transaksi yang beragam	BL1
		2	Ketersediaan informasi biaya akses premium	BL2
		3	Harga akses premium yang terjangkau	BL3

4.3 Pengolahan Data Kuesioner

4.3.1 Kuesioner *M-Servqual*

Kuesioner *M-Servqual* dilakukan untuk menghitung Nilai Kepuasan Pelanggan (NKP) dari layanan aplikasi Langit Musik. NKP diperoleh dari perhitungan selisih tingkat kenyataan dan tingkat harapan, yang menghasilkan *gap*, yang akan dikalikan dengan tingkat kepentingan dan menghasilkan nilai NKP positif ataupun negatif.

Atribut yang memiliki nilai NKP positif termasuk kedalam atribut kuat dan NKP negatif termasuk kedalam atribut lemah. Dari hasil pengolahan data kuesioner ini didapatkan dua belas atribut lemah dan tujuh belas atribut kuat.

4.3.2 Kuesioner Model Kano

Kuesioner model Kano menghasilkan atribut yang dikategorikan dapat memuaskan atau tidak memuaskan bagi responden ke dalam kategori Kano. Jawaban responden terhadap kuesioner *functional* dan *dysfunctional* dikategorikan dengan *Blauth's Formula* untuk mengetahui klasifikasi atribut kebutuhan Kano dari setiap tanggapan responden. Terdapat satu atribut berkategori *attractive*, sebelas atribut yang termasuk kategori *one dimensional*, empat belas atribut yang termasuk kategori *must-be* dan tiga atribut yang termasuk kategori *indifferent*.

4.4 Integrasi *M-Servqual* dengan Model Kano

Setelah dilakukannya pengolahan hasil kuesioner *M-Servqual* dan kuesioner model Kano, akan dilakukan integrasi hasil pengolahan *M-Servqual* dan Kano. Sehingga, menghasilkan atribut-atribut yang diprioritaskan untuk dipertahankan atau ditingkatkan. Berdasarkan, model konseptual integrasi *M-Servqual* dan Kano, atribut kuat berkategori Kano *one dimensional*, *must-be*, dan *indifferent* dipertahankan, sedangkan atribut kuat berkategori *attractive* harus ditingkatkan. Untuk atribut lemah berkategori Kano *must-be*, *one dimensional* dan *attractive* harus ditingkatkan, sedangkan atribut lemah berkategori Kano *indifferent* diabaikan. Atribut-atribut yang harus ditingkatkan merupakan TCN (*True Customer Needs*).

4.5 True Customer Needs

Tabel 5 True Customer Needs

No.	Kode Atribut	Atribut	NKP	Kategori Kano
1	EF1	Kecepatan aplikasi dalam merespon perintah	-1,70	M
2	EF5	Kesesuaian rekomendasi lagu atau <i>playlist</i>	0,47	A
3	SA1	Aplikasi memiliki fungsionalitas yang baik (misal : tidak mengalami <i>lag</i> atau <i>force closed</i>)	-2,03	M
4	SA2	Kelengkapan pengaturan aplikasi	-1,41	M
5	CT2	Tampilan aplikasi yang menarik	-0,91	O
6	FM1	Kelengkapan pilihan lagu yang tersedia pada aplikasi	-1,23	M
7	FM2	Kemampuan aplikasi menyajikan lagu <i>up to date</i>	-2,04	M
8	FM3	Ketersediaan lagu dengan kualitas yang baik	-1,70	M
9	RP1	Ketersediaan fitur bantuan pada aplikasi	-2,20	M
10	RP2	Kecepatan dalam menanggapi keluhan pelanggan	-1,63	M
11	CP1	Ketersediaan kompensasi masalah	-1,92	M
12	CP3	Kesesuaian kompensasi dengan keluhan yang dirasakan <i>user</i>	-1,98	M
13	CC3	Ketersediaan berbagai cara untuk menghubungi <i>customer service</i>	-1,73	O

Tabel 5 menunjukkan *true customer needs* dengan atribut Kano yang berkategori *must-be* EF1, SA1, SA2, FM1, FM2, FM3, RP1, RP2, CP1, dan CP3 untuk atribut Kano yang berkategori *one-dimensional* CT2 dan CC3, untuk atribut Kano yang berkategori *attractive* EF5. Atribut-atribut ini perlu ditingkatkan agar mampu memenuhi harapan pengguna aplikasi Langit Musik, *true customer needs* ini dijadikan acuan untuk mengembangkan layanan dari aplikasi Langit Musik.

5. Kesimpulan

Berdasarkan tujuan yang telah disusun pada penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Terdapat dua puluh sembilan atribut layanan pada aplikasi Langit Musik yang diidentifikasi berdasarkan VoC dan studi literatur dengan dimensi-dimensi *efficiency, system availability, content, privacy, fulfillment, responsiveness, compensation, contact, billing*. Dengan total dua puluh sembilan atribut terdapat lima atribut berdimensi *efficiency*, tiga atribut berdimensi *system availability*, tiga atribut berdimensi *content*, tiga atribut berdimensi *privacy*, tiga atribut berdimensi *fulfillment*, tiga atribut berdimensi *responsiveness*, tiga atribut berdimensi *compensation*, tiga atribut berdimensi *contact*, dan tiga atribut berdimensi *billing*. Berdasarkan pengolahan data kuesioner *M-Servqual* didapatkan tujuh belas atribut kebutuhan layanan pada aplikasi Langit Musik yang termasuk atribut kuat dan dua belas atribut kebutuhan layanan pada aplikasi Langit Musik yang termasuk atribut lemah berdasarkan NKP yang diperoleh dari masing – masing atribut.
2. Berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner model Kano didapatkan satu atribut dengan kategori *attractive*, sebelas atribut berkategori *one-dimensional*, empat belas atribut berkategori *must-be*, dan tiga atribut berkategori *indifferent*.
3. Berdasarkan hasil integrasi pengolahan data kuesioner *M-Servqual* dan model Kano, terdapat tiga belas atribut yang menjadi *true customer needs* yang perlu ditingkatkan, yaitu atribut kecepatan aplikasi dalam merespon perintah (EF1), kesesuaian rekomendasi lagu atau *playlist* (EF5), aplikasi memiliki fungsionalitas yang baik (SA1), kelengkapan pengaturan aplikasi (SA2), tampilan aplikasi yang menarik (CT2), kelengkapan pilihan lagu yang tersedia pada aplikasi (FM1), kemampuan aplikasi menyajikan lagu *up to date* (FM2), ketersediaan lagu dengan kualitas yang baik (FM3), ketersediaan fitur bantuan pada aplikasi (RP1), kecepatan dalam menanggapi keluhan pelanggan (RP2), ketersediaan kompensasi masalah (CP1), kesesuaian kompensasi dengan keluhan yang dirasakan user (CP3), ketersediaan berbagai cara untuk menghubungi *customer service* (CC3).

Daftar Pustaka

- [1] Huang, Eugene Y., Lin, Sheng-Wei, & Fan, Ya-Chu. (2015) *M-S-QUAL: Mobile service quality measurement*.
- [2] Tontini, G., & Picolo, J. D. (2013). *Identifying the Impact of Incremental Innovations on Customer Satisfaction Using a Fusion Method Between Importance Performance Analysis and Kano Model*. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 32-52.
- [3] Scholtes, Peter R., Joiner, Brian L., & Streibel, Barbara J., (2003). *The Team Handbook Third Edition*. Joiner Asc. Inc. Madison USA, 7-14
- [4] Pawitra, A. T., & Tan, K. C. (2001). *Integrating SERVQUAL and Kano's model into QFD for service excellence development*. *Managing Service Quality*, 418-430.