

## ABSTRAK

Dessya Putri Nilamsari, 2020, Analisa Pengembangan *Brand Equity* dengan pendekatan Metode Kano di Alamanda Cabang Sidoarjo, Tugas Akhir, Program Studi: Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, Dosen Pembimbing : Ir. Titik Koesdijati, M.T

Tren perawatan wajah dan tubuh di Indonesia mulai berkembang sehingga banyak metode atau bahan siap pakai yang memudahkan para wanita untuk mempercantik kulit dengan mempersingkat waktu dan mudah merawat dengan menggunakan jasa yang ditawarkan oleh rumah cantik Alamanda cabang Sidoarjo yang bertempat di Krian dan Sukodono, dengan menyediakan berbagai jasa perawatan, dari mulai merawat wajah seperti *facial*, *peeling* wajah, hingga keseluruhan tubuh seperti *spa* dan *massage*.

Persaingan yang ketat membuat rumah cantik harus mempertahankan kualitasnya, untuk mempertahankan kualitas dan mengembangkan maka penelitian ini membahas tentang pengembangan *Brand Equity* pada Alamanda dengan cara melihat kepuasan, ketidakpuasan pelanggan dan tingkat kepentingan yang didapat dari kuisioner berdasarkan pendekatan metode Kano. Kuisioner pada penelitian ini dibagikan kepada 40 responden dengan 22 atribut, dengan 5 kategori pengukuran atribut tangible, reliability, responsive, assurance, dan empathy. Kategori yang didapat pada hasil metode kano terdapat 2 kategori, sebanyak 2 atribut menunjukkan kategori Must Be (suatu keharusan) yang merupakan kelemahan dan harus ditingkatkan dan 20 atribut kategori One Dimensional (pengukuran) merupakan keunggulan dan atribut yang perlu dipertahankan. Dengan mengetahui kelemahan maka perusahaan dapat memperbaiki pada kategori yang bersifat lemah untuk mengembangkan ekuitas merek.

Kata Kunci : Pengembangan *Brand*, Kepuasan Pelanggan, Kano.

