

## ABSTRAK

Di Indonesia setidaknya telah tercatat ada 210 perusahaan *education technology*. salah satunya adalah Kognisi.id. Fakta banyaknya *platform education technology* yang serupa tentunya mendorong Kognisi.id untuk mampu bersaing dalam mempertahankan pelanggan diantara industri jasa yang sejenis. Hal tersebut dapat diwujudkan salah satunya dengan meningkatkan kepuasan pelanggan. Fenomena khusus yang menimbulkan kekhawatiran adalah rendahnya tingkat penyelesaian kursus di antara pelanggan terkhusus pelanggan eksternal Kognisi.id atau pengguna selain karyawan Kompas Gramedia. Penelitian ini bertujuan untuk membuat analisis kepuasan pelanggan berupa fitur dan faktor yang menjadi prioritas untuk dipertahankan dan ditingkatkan oleh pihak Kognisi.id agar sesuai dengan kebutuhan dan harapan dari pelanggan Kognisi.id dengan menggunakan metode analisis Kano. Metode Kano digunakan untuk mengkategorikan atribut apa yang harus dipertahankan, ditingkatkan dan diperhatikan secara khusus untuk dapat memenuhi kepuasan konsumen.

Tahap penelitian pertama yaitu identifikasi atribut yang ingin diuji dengan dimensi yang diambil adalah kualitas produk, kualitas layanan, dan harga. Setelah melakukan penyebaran kuesioner, tahap berikutnya adalah rekapitulasi dengan tabel evaluasi Kano. Tahapan berikutnya adalah rekapitulasi dengan *Blauth Formula*. Dilanjutkan dengan tahap perhitungan tingkat kepuasan dan ketidakpuasan. Tahapan selanjutnya adalah pembuatan grafik penggambaran tingkat kepuasan tiap atribut, dan diakhiri dengan pembuatan rekomendasi.

Hasil penelitian yang dilakukan dengan menggunakan metode Kano diketahui bahwa perlu adanya peningkatan pada atribut keberagaman ketersediaan material pembelajaran, kemudahan dan kecepatan web, kemudahan antarmuka, kualitas dan relevansi material pembelajaran, Efektivitas tata letak, Responsivitas tim *support* platform, pembelajaran sosial, warna serta *branding*, dan struktur harga dikarenakan atribut-atribut tersebut dikategorikan sebagai *one-dimensional*. Selain itu, ada potensi meningkatnya kepuasan pelanggan dengan hadirnya atribut *Gamification* dan Keseimbangan Metode Pembelajaran, yang diklasifikasikan *Attractive*. Selanjutnya perlu dihindari atribut Penggunaan Iklan, yang dikategorikan sebagai *Reverse* serta pemerhatian atribut pilihan bahasa di masa depan secara berkala, karena ditemukan bahwa untuk saat ini fitur ini belum dibutuhkan namun bisa saja berubah di masa depan karena atribut ini masuk dalam kategori *Indifferent*.

**Kata Kunci : Kepuasan Pelanggan, Platfom Kognisi.id, Metode Kano**