

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR ORISINALITAS	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
LEMBAR PERSEMBAHAN	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	vi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Pertanyaan Penelitian	20
C. Tujuan Penelitian	20
D. Manfaat Penelitian	20
BAB II	21
KAJIAN PUSTAKA	21
A. Kepuasan Konsumen	21
1. Definisi Kepuasan Konsumen	21
2. Faktor Kepuasan Konsumen	22
3. Dimensi dan Indikator Kepuasan Konsumen	24
B. <i>Marketing mix</i>	25
1. Definisi <i>Marketing Mix</i>	25
2. Manfaat <i>Marketing Mix</i>	26
3. Konsep <i>Marketing Mix</i>	26
C. Shopee	29
1. Sejarah Shopee	29
2. Model Bisnis	29
D. Penelitian Terdahulu	31
BAB III	35
METODOLOGI PENELITIAN	35

A. Tempat dan Waktu Penelitian	35
B. Desain Penelitian	35
C. Sumber Data dan Sumber Penelitian	36
1. Populasi.....	36
2. Sampel	37
D. Teknik Pengumpulan Data.....	38
E. Pengembangan Instrumen.....	39
1. Definisi Konseptual	39
2. Definisi Operasional Variabel.....	40
3. Instrumen Penelitian	41
F. Uji Instrumen Penelitian.....	44
1. Uji Validitas	44
2. Uji Reliabilitas	45
G. Teknik Analisis Data.....	46
1. Analisis Deskriptif	46
2. <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI)	47
3. <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	50
4. GAP Analysis.....	51
BAB IV	52
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	52
A. Deskripsi Data	52
1. Karakteristik Responden	52
a. Uji Validitas.....	57
b. Uji Reliabilitas	58
B. Hasil Data Penelitian	59
1. Analisis Deskriptif.....	59
a. Tanggapan Responden Berdasarkan Kepentingan	60
b. Tanggapan Responden Berdasarkan Kepuasan	63
2. <i>Customer Satisfaction Index</i>	68
3. <i>Importance Performance Analysis</i>	70
4. Gap Analysis.....	74
Bab V	77

PENUTUP.....	77
A. Kesimpulan.....	77
B. Implikasi	78
1. Implikasi Teoretis.....	78
2. Implikasi Praktis	79
C. Keterbatasan Penelitian.....	79
DAFTAR PUSTAKA	81
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	86
Kuesioner Penelitian.....	86
Survei Kepuasan Konsumen pada <i>platform</i> Shopee.....	86
<i>Screening Question</i>	87
Profil Responden.....	87
Petunjuk Pengisian Angket	89
<i>Product</i> (P1).....	90
<i>Price</i> (P2).....	90
<i>Promotion</i> (P3).....	91
<i>Place</i> (P4)	91
Lampiran 2 Video Wawancara	92
Lampiran 3 Data Tabulasi	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Keluhan Mengenai Ukuran Produk yang Berbeda.....	6
Gambar 1.2 Keluhan Mengenai Adanya Perbedaan antara Produk dan Foto	7
Gambar 1.3 Keluhan Mengenai Produk yang Rusak	7
Gambar 1.4 Keluhan Konsumen Mengenai Ketidaksesuaian Produk	8
Gambar 1.5 Keluhan Konsumen Mengenai Produk Tidak Original	9
Gambar 1.6 Keluhan Konsumen Mengenai Biaya Admin.....	10
Gambar 1.7 Keluhan Konsumen Mengenai Biaya Ongkos Kirim (1).....	11
Gambar 1.8 Keluhan Konsumen Mengenai Biaya Ongkos Kirim (2).....	12
Gambar 1.9 Keluhan Konsumen mengenai <i>flash sale</i> Shopee yang dibatalkan	13
Gambar 1.10 Komentar Pengguna Lainnya	14
Gambar 1.11 Keluhan Konsumen Mengenai Ketidaksediaan Produk <i>Flash sale</i> .	15
Gambar 1.12 Keluhan Konsumen Mengenai Promo Yang Dibatalkan.....	16
Gambar 1.13 Keluhan konsumen mengenai SOP	17
Gambar 1.15 Keluhan konsumen mengenai proses retur.....	18
Gambar 3.1 Diagram <i>Importance Perfmrance Analysis</i>	50
Gambar 4.1 Diagram Kartesius	72

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data pengunjung E-commerce 2024	3
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3.1 Skala Likert	41
Tabel 3.2 Tabel Operasional Variabel	42
Tabel 3.3 Bobot Skor Kriteria	47
Tabel 3.4 Tingkat Kepuasan Pelanggan	49
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	54
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	55
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	56
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
Tabel 4.6 <i>Customer Satisfaction Index</i>	69
Tabel 4.7 <i>Gap Analysis</i>	76

