

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI  
ONLINE MENGGUNAKAN PENDEKATAN MODEL *QUALITY  
GAP*  
(STUDI KASUS: KONSUMEN PRODUK FESYEN DI  
INDONESIA)**

**TUGAS AKHIR**

*Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Sarjana pada Jurusan  
Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Andalas*



**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
2022**

## **ABSTRAK**

*Berkembangnya marketplace di Indonesia menyebabkan peralihan metode transaksi tradisional menjadi transaksi online. Marketplace merupakan situs web yang memungkinkan beberapa retail online memasarkan produknya secara online. Databoks (2018) mencatat pembeli digital di Indonesia diproyeksikan akan meningkat sebesar 43,9 juta pada tahun 2022. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa terdapat beberapa masalah yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam transaksi online. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen dalam transaksi online, mengetahui perbandingan kepuasan konsumen diantara marketplace di Indonesia, dan mengusulkan perbaikan kepada marketplace dalam upaya peningkatan kepuasan konsumen.*

*Metode yang digunakan adalah quality gap untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen dalam transaksi online, metode Importance Performance Analysis (IPA) untuk menentukan tingkat kepentingan indikator variabel kepuasan konsumen, metode Potential Gain in Customer Value (PGCV) untuk menentukan urutan prioritas perbaikan yang perlu dilakukan marketplace, dan uji non parametrik untuk melihat perbedaan kepuasan konsumen diantara marketplace Tokopedia, Shopee, dan Lazada. Variabel yang digunakan untuk menganalisis kepuasan konsumen diadopsi dari Vasic et al. (2019) yaitu keamanan, ketersediaan informasi, pengiriman, kualitas, harga, waktu dan kepuasan konsumen. Untuk menentukan ukuran sampel digunakan teknik purposive sampling dan data dikumpulkan melalui kuesioner online.*

*Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen dalam transaksi online masih rendah yang ditandai dengan hasil quality gap yang bernilai negatif. Kepuasan konsumen untuk setidaknya salah satu marketplace berbeda dari yang lainnya untuk indikator-indikator yang dibandingkan. Berdasarkan pengolahan data yang dilakukan, marketplace di Indonesia sebaiknya meningkatkan kualitas dan keamanan situs web nya.*

*Kata kunci: marketplace, kepuasan konsumen, fesyen, quality gap, IPA, PGCV*

## ABSTRACT

The development of the marketplace in Indonesia has led to the shift from traditional transaction methods to online transactions. Marketplace is a website that allows several online retailers to market their products online. Databoks (2018) notes that digital buyers in Indonesia are projected to increase by 43.9 million in 2022. Several studies show that there are several problems that affect consumer satisfaction in online transactions. This research was conducted to determine the level of consumer satisfaction in online transactions, to determine the comparison of consumer satisfaction among marketplaces in Indonesia, and to propose improvements to the marketplace in an effort to increase consumer satisfaction.

The method used is the quality gap to measure the level of consumer satisfaction in online transactions, the Importance Performance Analysis (IPA) method to determine the level of importance of the consumer satisfaction variable indicator, the Potential Gain in Customer Value (PGCV) method to determine the order of priority improvements that need to be made by the marketplace, and non-parametric tests to see differences in consumer satisfaction between the Tokopedia, Shopee, and Lazada marketplaces. The variables used to analyze consumer satisfaction were adopted from Vasic et al. (2019) namely security, information availability, delivery, quality, price, time and customer satisfaction. To determine the sample size used purposive sampling technique and data were collected through an online questionnaire.

The results obtained indicate that the level of consumer satisfaction in online transactions is still low, which is indicated by the results of a negative quality gap. Consumer satisfaction for at least one marketplace differs from the others for the indicators being compared. Based on the data processing carried out, marketplaces in Indonesia should improve the quality and security of their websites.

Keywords: marketplace, consumer satisfaction, fashion, quality gap, IPA, PGCV