DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL DEPAN SKRIPSI…… i

HALAMAN JUDUL SKRIPSI ……..... ii

HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME ……..……..... iii

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI ……..... iv

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI ……..... v

HALAMAN PERSEMBAHAN ……..... vi

HALAMAN MOTTO ……..... vii

ABSTRAK ……. viii

KATA PENGANTAR ……... ix

DAFTAR ISI ……..... xiii

DAFTAR TABEL …….. xvii

DAFTAR GAMBAR ……. xviii

BAB I PENDAHULUAN ……. 1

1.1 Latar Belakang Masalah ……... 1

1.2 Perumusan Masalah …….. 3

1.3 Tujuan Penelitian …….. 4

1.4 Manfaat Penelitian ……..... 4

1.5 Sistematika Penulisan ……... 5

BAB II LANDASAN TEORI 6

2.1. Pengertian & Fungsi Pemasaran Online……..... 6

2.2. Produk ……...…….. 11

2.3. Karakteristik Jasa ……...…….. 11

2.4. Kualitas Pelayanan ……...…… 12

2.5. Pengertian Kinerja (Performance) ……...……. 15

2.6. Pengertian Kepuasan Pelanggan ……..……. 16

2.7. Konsep Kepuasan Pelanggan ……..……. 20

2.8. Kerangka Pemikiran …….……..... 21

BAB III METODOLOGI PENELITIAN ……...…….. 23

3.1. Jenis dan Sumber Data ……..…… 23

3.2. Populasi dan Sampel ……...…… 24

3.2.1. Populasi ……..... 25

3.2.2. Sampel …….……...……... 25

3.3. Metode Analisis Data …….…….. 26

3.3.1. Skala Pengukuran ……..……..…….. 26

3.3.2. Uji Validitas ……...…….……..……..... 27

3.3.3. Uji Reliabilitas ..…….... 27

3.3.4. Analisis Importance-Perfomance ……..……..……. 28

3.6.1. Diagram Kartesius …….……..……. 29

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN 32

4.1. Profile Perusahaan …….……... 32

4.1.1. Sejarah Perusahaan ……..…….. 32

4.1.2. Visi dan Misi …….. 33

4.1.3. Bidang Usaha Perusahaan …….……. 34

4.1.4. Struktur Organisasi dan Sumber Daya Manusia 34

4.1.5. Fungsi Sosial dan Ekonomi Perusahaan ……..……... 41

4.1.6. Sistem Penjualan Zalora ……..……..……..……... 42

4.1.7. Waktu Pengiriman Produk Zalora ……..……... 43

4.1.8. Cara Pembelian di Zalora ……..……..…... 43

4.1.9. Keamanan Zalora Kepada Konsumen ……..……... 44

4.2. Analisis dan Pembahasan …….....……. 45

4.2.1. Analisis Deskriptif ……...…….. 45

4.2.2. Analisis Kuantitatif ……..…….... 51

4.2.3. Analisis Importance Performance ……... 54

4.2.4. Analisis Diagram Kartesius ……..…….. 65

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN …….……..... 74

5.1. Kesimpulan ……... 74

5.2. Saran ……...……. 75

DAFTAR PUSTAKA 77

LAMPIRAN 79

Lampiran I Kuesioner Penelitian …….…….. 80

Lampiran II Tabel Olah Data Responden ……...…….. 84

Lampiran III Hasil Olah Data Uji Validitas ……...……... 92

Lampiran IV Hasil Analysis Importance Performance ...……..…….. 102

Lampiran V Hasil Analysis Diagram Kartesius ……...…. 104

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ……... 46

Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur ……..... 47

Tabel 4.3 Klasifikasi Responden berdasarkan Pekerjaan …….. 48

Tabel 4.4 Klasifikasi Responden berdasarkan Tingkat Penghasilan ……. 50

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas ……..... 52

Tabel 4.6 Hasil Pengujian Reliabilitas ……... 53

Tabel 4.7 Tingkat Kesesuaian Harapan dan Kinerja Pada Zalora.co.id 56

Tabel 4.8 Koordinat Importance – Performance Analisys ……. 67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Elemen Keunggulan Bersaing dilihat dari Kinerja ……..... 15

Gambar 2.2 Bagan Kerangka Pemikiran …….. 22

Gambar 3.1 Diagram Kartesius ……. 30

Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT Fashion Eservices Indonesia ……..... 35

Gambar 4.2 Waktu Pengiriman Produk Zalora ……..…..... 43

Gambar 4.3 Diagram Kartesius kualitas pelayanan pada Zalora.co.id …….. 69