

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi saat ini mengalami transisi dari model pemasaran secara tradisional beralih menjadi pemasaran modern yaitu digital marketing atau saat ini dapat disebut dengan era revolusi 4.0. Perkembangan teknologi ini sangat berdampak pada industri ritel. Perusahaan ritel harus mengikuti perkembangan guna menghadapi lingkungan industri yang berubah. Beberapa toko fisik ritel saat ini sudah banyak yang bergabung dengan program yang menyediakan aplikasi berbelanja secara *online* dalam *restock* produk ke supplier, namun dalam penerapannya belum memiliki kinerja yang baik dalam memuaskan pengguna. Oleh karena itu perlu dilakukannya penelitian terhadap atribut prioritas yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap aplikasi AYO SRC Toko.

Analisis dilakukan dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Potential Gain in Customer Value* (PGCV). Pengambilan sampel dilakukan dengan *purposive sampling* dengan kriteria responden adalah pengguna aplikasi AYO SRC Toko dan berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hasil dan kesimpulan dari penelitian ini yaitu atribut prioritas yang menentukan kepuasan pengguna pada aplikasi AYO SRC Toko. Dari analisis PGCV didapatkan prioritas pertama yaitu atribut *delivery*, kemudian pada urutan kedua yaitu *timely service*, urutan ketiga adalah *order taking*, untuk prioritas keempat adalah *attracting more customers* dan yang kelima adalah atribut *order data management*.

ABSTRACT

The development of information technology is currently experiencing a transition from traditional marketing model to modern marketing, namely digital marketing or currently it can be called the 4.0 revolution era. The development of this technology has greatly impacted the retail industry. Retail companies must keep up with developments in order to face the changing industrial environment. Several physical retail stores have now joined programs that provide online shopping applications to restock products to suppliers, but in practice they have not performed well in satisfying users. Therefore, it is necessary to do research on priority attributes that affect consumer satisfaction with the AYO SRC Toko application.

The analysis was carried out using the Importance Performance Analysis (IPA) and Potential Gain in Customer Value (PGCV) methods. Sampling was carried out by purposive sampling with the criteria of respondents being users of the AYO SRC Toko application and located in Special Region of Yogyakarta. Results and conclusions of this study are the priority attributes that determine user satisfaction in AYO SRC Toko application. From PGCV analysis, the first priority is delivery attribute, then the second is timely service, the third is order taking, the fourth priority is attracting more customers and the fifth is order data management attribute.