

Daftar Isi

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS TESIS	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi.....	vi
Daftar Tabel	viii
Daftar Gambar.....	ix
Daftar Lampiran	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.6 Lingkup Penelitian.....	8
1.7 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1 Kepuasan Pelanggan.....	10
2.2 Strategi Operasi	11
2.3 Pengukuran Kinerja.....	12
2.4 Ketentuan ISO/IEC 25010:2011.....	13
2.6 <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	18
2.7 <i>Gap Analysis</i>	20
2.8 <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	21
2.9 Uji Validitas.....	25
2.10 Uji Reliabilitas	26
2.11 Kajian Penelitian Terdahulu	28
BAB III METODA PENELITIAN	30
3.1 Desain Penelitian	30
3.2 Metoda Pengumpulan Data	33
3.2.1 Lokasi Penelitian.....	33
3.2.2 Populasi dan sampel.....	33

3.3	Instrumen Penelitian.....	34
3.3.1.	Instrumen Wawancara.....	34
3.3.2.	Instrumen Kuesioner	35
3.4	Metoda Analisis Data	38
3.4.1.	Analisis Naratif Interpretatif	38
3.4.2.	Analisis Deskriptif Kuantitatif	38
3.4.3.	Analisis <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI)	39
3.4.4.	Analisis Metode <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	39
3.5	Profil Kasus	40
3.5.1.	Gambaran Umum Perusahaan.....	40
3.5.2.	Proses Bisnis Perusahaan	41
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		44
4.1	Deskripsi Data dan Subjek Penelitian	44
4.2	Hasil Pengolahan Data Penelitian	45
4.2.1.	Hasil Observasi dan Wawancara.....	45
4.2.2.	Hasil Kuesioner.....	46
4.2.3.	Hasil Uji Validitas Kuesioner	51
4.2.4.	Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner.....	54
4.2.5	Hasil Pengolahan <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI)	57
4.2.6	Hasil Tingkat Kesesuaian dan <i>Gap Analysis</i>	58
4.2.7	Hasil Pengolahan <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	61
4.3	Analisis Hasil Penelitian.....	64
4.3.1.	Analisis <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI)	64
4.3.2.	Analisis Kuadran <i>Importance Performance Matrix</i> (IPM).....	65
4.3.3.	Strategi Operasi dan Rekomendasi Perbaikan	77
BAB V SIMPULAN		84
5.1.	Kesimpulan.....	84
5.2.	Implikasi.....	85
5.3.	Keterbatasan Penelitian	85
5.4.	Saran.....	86
5.4.1.	Saran Untuk Intitusi	86
5.4.2.	Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.....	87
Daftar Pustaka		88
Lampiran		90

Daftar Tabel

Tabel 2.1 Definisi Sub-Karakteristik ISO/IEC 25010:2011	16
Tabel 2.2. Kriteria Penilaian CSI	20
Tabel 2.3 Kajian Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 3.1 Daftar Pernyataan Kuesioner Penelitian	35
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i> Tingkat Kepentingan	36
Tabel 3.3 Skala <i>Likert</i> Tingkat Kinerja.....	37
Tabel 4.1 Rekapitulasi Kuesioner Tingkat Kepentingan	48
Tabel 4.2 Rekapitulasi Kuesioner Tingkat Kinerja.....	49
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Tingkat Kepentingan.....	52
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Tingkat Kinerja	53
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan	55
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kinerja	56
Tabel 4.7 Hasil Pengolahan <i>Customer Satisfaction Index</i>	59
Tabel 4.8 Tingkat Kesesuaian dan <i>Gap Analysis</i> situs <i>e-commerce XYZ</i>	60
Tabel 4.9 Nilai Indeks Kinerja (NIK) Tingkat Kinerja dan Tingkat..... Kepentingan	62
Tabel 4.10 Posisi Kuadran Setiap Pernyataan.....	66
Tabel 4.11 Identifikasi Permasalahan dan Rekomendasi Perbaikan..... Kuadran I.....	79
Tabel 4.12 Pernyataan dan Strategi Operasi Kuadran II.....	80
Tabel 4.13 Identifikasi Permasalahan dan Rekomendasi Perbaikan	81
Kuadran III	81
Tabel 4.14 Pernyataan dan Strategi Operasi Kuadran IV	83

Daftar Gambar

Gambar 1.1 Persentase Pencapaian Penjualan PT. XYZ Tahun 2022.....	3
Gambar 1.2 Frekuensi Kunjungan Situs <i>E-commerce</i> XYZ Tahun 2022.....	4
Gambar 1.3 <i>Bounce Rate</i> Situs <i>E-commerce</i> XYZ Tahun 2022.....	4
Gambar 2.1 <i>Product Quality Model</i>	13
Gambar 2.2 Diagram kartesius <i>Importance Performance Matrix</i>	24
Gambar 3.1 Alur Penelitian.....	32
Gambar 3.2 Aliran Proses Transaksi B2B Situs <i>E-commerce</i> XYZ.....	42
Gambar 4.1 Frekuensi Kunjungan Responden Situs <i>E-commerce</i> XYZ.....	
Tahun 2022.....	46
Gambar 4.2 Frekuensi Transaksi Responden Situs <i>E-commerce</i> XYZ	
Tahun 2022.....	47
Gambar 4.3 Diagram Kartesius Tingkat Kinerja dan Tingkat Kepentingan.....	64

Daftar Lampiran

Lampiran 1. Data Pencapaian Penjualan Situs <i>E-commerce</i> XYZ Tahun 2022 ...	90
Lampiran 2. <i>Google Form</i> Kuesioner Penelitian	90
Lampiran 3. Hasil SPSS Uji Validitas Tingkat Kepentingan	93
Lampiran 4. Hasil SPSS Uji Validitas Tingkat Kinerja.....	94
Lampiran 5. Hasil SPSS Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan.....	95
Lampiran 6. Hasil SPSS Uji Reliabilitas Tingkat Kinerja	96