

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	1
HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
INTISARI.....	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Batasan Masalah.....	7
1.4. Tujuan Penelitian.....	8
1.5. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1. Ritel	9
2.1.1. Jenis-Jenis Ritel	10
2.2. <i>Omnichannel Retail</i>	11

2.3. Kepuasan Konsumen	13
2.4. Kuesioner.....	15
2.5. Teknik Pengambilan Sampel	17
2.5.1. Teknik Probabilitas	17
2.5.2. Teknik Non Probabilitas	18
2.6. Uji Validitas dan Realiabilitas	20
2.6.1. Uji Validitas	20
2.6.2. Uji Reliabilitas	20
2.7. <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	21
2.8. <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	22
2.9. Uji <i>Content Validity Ratio (CVR)</i>	25
2.10. Penelitian Terdahulu.....	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
3.1. Objek Penelitian	29
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian.....	29
3.3. Pengumpulan Data.....	30
3.3.1. Data Primer	30
3.3.2. Data Sekunder.....	31
3.4. Tahapan Penelitian	31
3.5. Diagram Alir Penelitian.....	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4.1. Profil Perusahaan.....	41
4.2. Uji Validitas Konten.....	42

4.3. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	44
4.3.1. Uji Validitas.....	44
4.3.2. Uji Reliabilitas	45
4.4. Karakteristik Responden	47
4.4.1. Jenis Kelamin.....	47
4.4.2. Usia	48
4.4.3. Domisili	49
4.4.4. Pekerjaan.....	50
4.4.5. Waktu Terakhir Penggunaan Aplikasi	51
4. 5. Hasil Analisis Customer Satisfaction Index	52
4. 6. Hasil Analisis Importance Performance Index.....	57
4. 7. Rekomendasi Perbaikan	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	71
5.1. Kesimpulan.....	71
5.2. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	72