

SKRIPSI

**TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK
BUSANA DI *E-COMMERCE***



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

Azni Nurul Syifa

1515619041

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA BUSANA

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2024

TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK BUSANA DI *E-COMMERCE*

Azni Nurul Syifa

Dosen Pembimbing : I. Dr. Phil. Yeni Sesnawati, S.Pd., M.T

II. Rahayu Purnama, S.Pd, M.Pd., Ph. D

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan informasi mengenai tingkat kepuasan konsumen terhadap produk busana di *e-commerce*. Produk busana yang diteliti adalah produk Erigo yang dinilai berdasarkan faktor kepuasan konsumen yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, dan kemudahan di *e-commerce* dan memberikan informasi terkait faktor apa yang paling tinggi/memuaskan terhadap tingkat kepuasan konsumen di *e-commerce* terhadap produk Erigo. Desain penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan menggunakan metode survey. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Erigo yang berusia 18-34 tahun dan pernah membeli produk Erigo di *e-commerce*. Adapun produk Erigo yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kaos, jaket, kemeja, dan celana. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah non probability sampling dengan metode isidental sampling berjumlah 100 orang responden. Uji validitas dan reabilitas dengan cara menyebarkan angket kusioner. Uji analisis data menggunakan SPSS dengan metode analisis deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan tingginya tingkat kepuasan konsumen terhadap produk Erigo di *e-commerce*. Dengan presentase 84,03% untuk kualitas produk, 82,61% untuk kualitas pelayanan, 83,43% untuk emosional, 84,00% untuk harga, dan 85,85% untuk kemudahan. Faktor yang paling tinggi dalam kepuasan konsumen di *e-commerce* terhadap produk Erigo adalah faktor kemudahan, hal itu disebabkan karena konsumen merasa kemudahan dalam bertransaksi di *e-commerce* mudah dipahami dan dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja.

Kata Kunci : Kepuasan Konsumen, *E-commerce*, Produk Lokal, Erigo.

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Judul : Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Busana
di *E-commerce*

Nama : Azni Nurul Syifa

NIM : 1515619041

Tanggal Ujian : 11 Januari 2024

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing I



Dr. phil. Yeni Sesnawati, S.Pd., M.T

NIP. 198106012006042001

Dosen Pembimbing II



Rahayu Purnama, S.Pd, M.Pd., Ph. D

NIDN. 0023078602

Mengetahui,

Koordinator Program Studi S1 Pendidikan Tata Busana



Dr. phil. Yeni Sesnawati, S.Pd., M.T

NIP. 198106012006042001

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Busana
di *E-commerce*

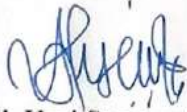
Nama : Azni Nurul Syifa

NIM : 1515619041

Tanggal Ujian : 11 Januari 2024

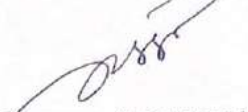
Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing I



Dr. phil. Yeni Sesnawati, S.Pd., M.T
NIP. 198106012006042001

Dosen Pembimbing II



Rahayu Purnama, S.Pd, M.Pd., Ph. D
NIDN. 0023078602

Pengesahan Panitia Ujian Skripsi

Ketua Penguji



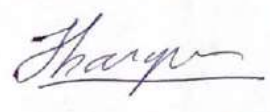
Dr. Dewi Suliyanthini, AT., M.M
NIP. 197110301999032002

Anggota Penguji I



Dra. Melly Prabawati, M.Pd.
NIP. 196305211988032002

Anggota Penguji II



M.Noerharyono, S.Pd.,M.Pd.
NIP. 196810312003121001

Mengetahui,

Koordinator Program Studi S1 Pendidikan Tata Busana



Dr. phil. Yeni Sesnawati, S.Pd., M.T
NIP. 198106012006042001

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan Karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 11 Januari 2024

Yang membuat pernyataan



Azmi Nurul Syifa

1515619041



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telp.: Rektor : (021) 4893854, WR I : 4895130, WR II : 4893918, WR III : 4892926, WR IV : 4893982
BUK : 4750930, BAKHUM : 4759081, BK : 4752180, Bag. UHT : 4893726, BMN : 4890046
Bagian Keuangan : 4892414, Bagian Kepegawaian : 4890536, Bagian Humas : 4898486
Laman : www.unj.ac.id

SURAT KOMITMEN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Azni Nurul Syifa
NIM : 1515619041
Program Studi : Pendidikan Tata Busana
Fakultas : Teknik

Menyatakan bahwa saya akan berkomitmen untuk mengisi kuesioner penelusuran alumni (*Tracer Study*) yang akan dikirimkan kepada saya saat lulus hingga dua tahun ke depan.

Jakarta, (01, Februari 2024)
Yang membuat pernyataan

(Azni Nurul Syifa)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena atas berkat rahmat serta hidayahnya-Nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi dengan judul “Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Busana di *E-commerce*” ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat kelulusan pada Pendidikan S1 Pendidikan Tata Busana Negeri Jakarta.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, serta nasihat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Uswatun Hasanah, M.Si. selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta.
2. Dr. Phil. Yeni Sesnawati, S.Pd., M.T. selaku Koordinator Prodi S1 Pendidikan Tata Busana Universitas Negeri Jakarta dan Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dengan penuh kesabaran dan saran-sarannya yang sangat membantu penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan baik. Allah sebaik-baik pembalas kebaikan ibu. Semoga Allah berikan kesehatan dan kesuksesan untuk ibu.
3. Rahayu Purnama, S.Pd, M.Pd., Ph. D sebagai Dosen Pembimbing II yang telah mengarahkan, memberikan waktu, dan kesabarannya membimbing penulis dalam proses pembuatan skripsi ini. Semoga Allah berikan kesehatan dan kesuksesan untuk ibu.
4. Dosen dan Staff Tata Usaha Tata Busana Universitas Negeri Jakarta.
5. Orang tua tercinta bapak Suroso dan ibu Ayi Kurniasih yang sangat mendukung, memberikan semangat dan doa. Semoga Allah selalu jaga kalian, panjangkan umur dalam ketaatan.
6. Keluarga tercinta yang sangat mendukung, Semoga Allah selalu jaga kalian, panjangkan umur dalam ketaatan.
7. Teman-teman seperjuangan Pendidikan Tata Busana 2019. Sahabat-sahabat yang sudah mendukung saya, semoga Allah berikan yang terbaik dalam

setiap proses yang dijalani dan tuntun langkah teman-teman untuk senantiasa dalam agenda kebaikan.

8. Semua pihak yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Tiada yang sempurna di dunia ini begitu pula dengan skripsi ini yang masih jauh dari kata kesempurnaan. Kritik dan saran yang bersifat membangun dan memajukan sangat diharapkan, dan semoga skripsi ini dapat menjadi informasi yang bermanfaat bagi orang yang membacanya.

Jakarta, 11 Januari 2024



Azni Nurul Syifa

1515619041

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	6
1.3. Pembatasan Masalah	6
1.4. Rumusan Masalah	7
1.5. Tujuan Penelitian	7
1.6. Kegunaan Penelitian	7
BAB II KAJIAN TEORITIK.....	8
2.1 Kajian Teori	8
2.1.1 Kepuasan Konsumen.....	8
2.1.2 <i>E-Commerce</i>	17
2.1.3 Produk <i>Fashion</i> /Busana	20
2.1.4 <i>Local Brand</i>	22
2.1.5 Erigo.....	25
2.2 Hasil Penelitian Yang Relevan	32
2.3 Kerangka Teoritik	36
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Tujuan Operasional Penelitian	39
3.2 Tempat Dan Waktu Penelitian	39
3.3 Metode Penelitian	39
3.4 Populasi Dan Sampel	40
3.4.1 Populasi	40

3.4.2 Sampel.....	40
3.5 Teknik Pengumpulan Data	41
3.5.1 Instrumen Variabel	42
3.5.1.1 Definisi Konseptual	42
3.5.1.2 Definisi Operasional	42
3.5.1.3 Kisi-Kisi Instrumen	44
3.5.1.4 Jenis Instrumen	45
3.5.1.5 Pengujian Validitas Dan Penghitungan Reabilitas.....	46
3.6 Teknik Analisa Data	46
BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Deskripsi Data.....	49
4.1.1 Deskripsi Umum Responden	48
4.2 Pengujian Persyaratan Analisa Data	51
4.2.1 Uji Validitas	51
4.2.2 Uji Reliabilitas	52
4.3 Hasil Penelitian	53
4.3.1 Tingkat Kepuasan Konsumen Faktor Kualitas Produk	53
4.3.2 Tingkat Kepuasan Konsumen Faktor Kualitas Pelayanan	56
4.3.3 Tingkat Kepuasan Konsuen Faktor Emosional	59
4.3.4 Tingkat Kepuasan Konsumen Faktor Harga	61
4.3.5 Tingkat Kepuasan Konsumen Faktor Kemudahan	64
4.3.6 Rekapitulasi Indeks Total Skor, Indeks Kepuasan Dan Interpretasi Nilai Tingkat Kepuasan Konsumen di <i>E-commerce</i> Terhadap Produk Erigo.....	66
4.4 Pebahasan Hasil Penelitian	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	71
5.1 Kesimpulan	71
5.2 Implikasi	71
5.3 Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	78

DAFTAR TABEL

3.1 Kisi-Kisi Instrumen.....	41
4.1 Jenis Kelamin	49
4.2 Usia	50
4.3 Jumlah Pembeli Erigo	50
4.4 Jenis Produk Erigo	51
4.5 Uji Reabilitas.....	52
4.6 Hasil Uji Reabilitas Per Faktor	53
4.7 Tingkat Kepuasan Konsumen	53
4.8 Tingkat Kepuasan Konsumen Faktor Kualitas	56
4.9 Tingkat Kepuasan Konsumen Faktor Emosional	59
4.10 Tingkat Kepuasan Konsumen Faktor Harga	61
4.11 Tingkat Kepuasan Konsumen Faktor Kemudahan	64
4.12 Rekapitulasi Indeks Total Skor, Indeks Kepuasan ,dan Interpretasi Nilai Kepuasan Konsumen di <i>E-commerce</i> Terhadap Produk Erigo.....	66

DAFTAR GAMBAR

1.1 Penggunaan Media Sosial Di Indonesia Berdasarkan Umur	4
2.1 Logo Erigo	25
2.2 Gambar Media Sosial Erigo	26
2.3 Gambar <i>Shirt</i> Erigo	27
2.4 Gambar Celana Erigo	28
2.5 Gambar <i>T-Shirt</i> Erigo.....	28
2.6 Gambar Jaket Erigo.....	29
2.7 Gambar <i>Accesoris</i> Erigo	29
2.8 Gambar Bagan Kerangka Berfikir	38
4.1 Persentase Perbandingan Hasil Sub Indikator Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Erigo	55
4.2 Gambar Garis Kontinum Tingkat Kepuasan Faktor Kualitas Produk	58
4.3 Gambar Garis Kontinum Tingkat Kepuasan Faktor Pelayanan.....	60
4.4 Gambar Garis Kontinum Tingkat Kepuasan Faktor Emosional.....	63
4.5 Gambar Garis Kontinum Tingkat Kepuasan Faktor Harga.....	65
4.6 Persentasi Perbandingan Hasil Sub Faktor Kepuasan Konsumen di <i>E-commerce</i> Terhadap produk Erigo.....	67

LAMPIRAN

Lampiran 1. Instrumen Penelitian	79
Lampiran 2. Hasil Uji coba Instrumen	83
Lampiran 3. Hasil Perhitungan SPSS	94
Lampiran 4. Lembar Persetujuan Dosen Pembimbing	101
Lampiran 5. Daftar Riwayat Hidup	102



