

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Kepuasan Konsumen Dalam Belanja Daring Dan Belanja Luring Di Kabupaten Tulungagung” ini ditulis oleh Fina Purbaningtyas, NIM 17402163263, jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Tulungagung dengan pembimbing Dr. Muhammad Aswad, M.A.

Di era pandemi seperti sekarang ini sistem penjualan secara daring lebih diminati oleh masyarakat Tulungagung tetapi juga tidak menutup kemungkinan masih banyak yang melakukan belanja secara luring. Belanja daring adalah pembelian yang dilakukan via internet sebagai media pemasaran dengan menggunakan website sebagai katalog. Belanja luring adalah belanja langsung ketempat penjualannya yang proses transaksinya dilakukan ditempat secara langsung. Pebisnis harus mengetahui dan mengerti bagaimana cara memuaskan konsumen dengan adanya kelebihan dan kekurangan dari kedua sistem tersebut agar konsumen puas saat melakukan pembelian.

Kepuasan konsumen menjadi pembahasan utama dalam penelitian ini karena persaingan bisnis yang semakin ketat seperti sekarang ini membuat para pebisnis berlomba-lomba mencari cara agar usaha dan omset nya semakin meningkat. Setiap outlet harus memperhatikan hal-hal yang dianggap penting oleh para konsumen, agar konsumen merasa puas dan tidak beralih kepada outlet lain. Apabila kepuasan konsumen terpenuhi maka pembeli akan melakukan pembelian ulang, kesediaan merekomendasikan, memberikan saran dan mampu mewujudkan kesesuaian harapan pelanggan yang mampu meningkatkan omset outlet itu sendiri.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui adakah perbedaan kepuasan belanja daring dan luring. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian komparatif dengan menggunakan metode *ex post facto*. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 40 responden, masing-masing 20 konsumen belanja daring dan 20 konsumen belanja luring. Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan *accidental sampling*. Data dianalisis dengan metode statistik Independen Sample T.

Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat perbedaan kepuasan konsumen belanja daring dan belanja luring. Masyarakat lebih memilih belanja daring dari pada belanja luring karena untuk mengurangi dan memutus rantai penyebaran virus covid-19. Selain itu keuntungan dari belanja daring yaitu: menghemat waktu, tenaga, dan biaya, bersifat mobile, jangkauan konsumen sangat luas, buka sepanjang waktu, masyarakat tidak kehabisan stock, bisa membandingkan harga, lebih hemat waktu, dan banyak promo yang ditawarkan.

Kata kunci : belanja daring, belanja luring dan kepuasan konsumen

ABSTRACT

The thesis titled "The Effect of Service Quality, Price and Promotion on Customer Satisfaction of Online and Offline Shopping (Case Study on Comparative Analysis of Customer Satisfaction of Online Shopping Vs Offline Shopping in Tulungagung Regency)" was written by Fina Purbaningtyas, NIM 17402163263, majoring in Sharia Economics, Faculty of Economics and Islamic Business, IAIN Tulungagung with supervisor Dr. Muhamad Aswad, M.A.

In this pandemic era, the online sales system is more desirable by Tulungagung people but it does not close the possibility that still many people who do offline shopping. Online shopping is a purchase that is run via internet as a marketing media by using the website as a catalog. Offline shopping is direct shopping to the store of which the transaction process is done in place directly. Businesspeople must know and understand how to satisfy their consumers with the advantages and disadvantages of both systems so that consumers are satisfied when making purchases.

Consumer satisfaction becomes the major discussion in this study because of the tight business competition that makes the businesspeople vying for ways to increase their business and turnover. Every outlet should pay attention to the things that are considered important by consumers so that consumers feel satisfied and do not switch to other outlets. If customer satisfaction is fulfilled, the buyer will make a repurchase, willingness to recommend, give advice, and be able to realize the conformity of customer expectations that can increase the turnover of the outlet itself.

This study was conducted to know whether there is a difference in online and offline shopping satisfaction. This research uses a quantitative approach and comparative research type using the ex post facto method. The sample in this study is 40 respondents in total, 20 consumers of online shopping and 20 consumers of offline shopping, respectively. The sampling technique in this study is using accidental sampling. The data is analyzed by the Independent Sample T statistical method.

The result of this study shows that there is a difference in consumer satisfaction of online shopping and offline shopping. People prefer online shopping rather than offline shopping to reduce and break the spreading chain of the Covid-19 virus. In addition, the advantages of online shopping are: saving time, effort, and cost, mobile, the reach of consumers is very wide, available all the time, people will not run out of stock, we can compare prices, saving more time, and many promos offered.

Keywords: *online shopping, offline shopping, and customer satisfaction*