



ANALISIS TINGKAT KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN *ONLINE* PRODUK BUKU IPB PRESS

FAHRI HENDRAWAN



**BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Analisis Tingkat Kepuasan dan Loyalitas Konsumen *Online* Produk Buku IPB Press” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Agustus Tahun 2024

Fahri Hendrawan
K1401201146

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



ABSTRAK

FAHRI HENDRAWAN. Analisis Tingkat Kepuasan dan Loyalitas Konsumen *Online* Produk Buku IPB Press. Dibimbing oleh NUR HASANAH dan ASEP TARYANA.

Kemajuan teknologi dan pandemi COVID-19 telah membawa perubahan signifikan pada industri penerbit buku di Indonesia, memaksa penerbit untuk beralih ke digitalisasi. PT Penerbit IPB Press, sebagai anggota IKAPI dan APPTI, telah merespons dengan mengadopsi teknologi digital, namun belum melakukan evaluasi terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen *onlinenya*. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi karakteristik konsumen serta tingkat kepuasan dan loyalitas mereka terhadap IPB Press. Metode yang digunakan mencakup analisis deskriptif, *Importance Performance Analysis* (IPA), *Consumer Satisfaction Index* (CSI), dan piramida loyalitas konsumen. Hasil menunjukkan bahwa mayoritas konsumen adalah mahasiswa berusia 18-24 tahun dengan tingkat kepuasan mencapai 78,93%. Meskipun sebagian besar konsumen merasa puas, beberapa aspek seperti pelayanan pelanggan dan bonus merchandise masih dapat ditingkatkan. Dengan hanya 31% konsumen yang merupakan "*committed buyers*," hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi peningkatan kualitas layanan IPB Press.

Kata kunci: CSI, IPA, IPB Press, kepuasan konsumen, piramida loyalitas konsumen.

ABSTRACT

FAHRI HENDRAWAN. Analysis of Online Customer Satisfaction and Loyalty for IPB PRESS Book Products. Supervised by NUR HASANAH and ASEP TARYANA.

Technological advancements and the COVID-19 pandemic have brought significant changes to the book publishing industry in Indonesia, forcing publishers to shift towards digitalization. PT Penerbit IPB Press, as a member of IKAPI and APPTI, has responded by adopting digital technology but has yet to evaluate its online consumer satisfaction and loyalty. This study aims to identify consumer characteristics as well as their levels of satisfaction and loyalty towards IPB Press. The methods used include descriptive analysis, Importance Performance Analysis (IPA), Consumer Satisfaction Index (CSI), and the consumer loyalty pyramid. The results show that the majority of consumers are students aged 18-24 years with a satisfaction level of 78.93%. Although most consumers are satisfied, certain aspects such as customer service and bonus merchandise can still be improved. With only 31% of consumers being "*committed buyers*," the findings of this study can provide insights for enhancing the quality of IPB Press's services.

Keywords: CSI, consumer satisfaction, IPA, IPB Press, pyramid of loyalty.

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN *ONLINE* PRODUK BUKU IPB PRESS

FAHRI HENDRAWAN

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Bisnis

**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**

@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
Bogor Indonesia

Perpustakaan IPB University

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

1. Dr. Suhendi S.P M.M.

2. Agustina Widi Palupiningrum, S.E., M.M.



Judul Skripsi : Analisis Tingkat Kepuasan dan Loyalitas Konsumen *Online* Produk Buku IPB Press

Nama : FAHRI HENDRAWAN
NIM : K1401201146

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Dr.Nur Hasanah. S.Kom., M.Eng.
NIP 202001198705162001



Pembimbing 2:
Dr. Asep Taryana S.TP., M.M.
NIP 20181198310071001



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Dr. Siti Jahroh, B.Sc., M.Sc.
NIP 197711262008122001



Tanggal Ujian: 13 Agustus 2024

Tanggal Lulus:



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang didasarkan pada program *capstone project* yang dilakukan sejak Agustus hingga Desember 2023 dan pengumpulan data dari bulan Januari 2024 sampai bulan Juni 2024 ini ialah Kepuasan Konsumen, dengan judul “Analisis Tingkat Kepuasan dan Loyalitas Konsumen *Online* Produk Buku IPB PRESS”. Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan pihak yang selalu mendukung penulis. Sebagai bentuk rasa syukur, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Dr. Nur Hasanah, S.Kom., M.Eng. dan Bapak Dr. Asep Taryana S.TP., M.M., selaku dosen pembimbing yang telah membimbing, memberi saran serta dukungan selama penulis menyelesaikan skripsi.
2. Bapak Ibu Dosen Sekolah Bisnis IPB serta tim akademik yang telah mendidik, membimbing, dan membantu penulis selama perkuliahan.
3. Orang tua, yaitu Ibu Anita Marlina sudah memberikan dukungan, doa, semangat dan kasih sayang.
4. Pihak PT Penerbit IPB Press (PT IPB Press), terkhusus Bapak Erick Wahyudiono, Ibu Dwi Murti Astuti, Bapak Aditya Dwi Gumelar dan Bapak Bayu Nugraha selaku pihak manajemen PT IPB Press dan seluruh karyawan PT IPB Press yang telah membantu penulis dalam memberikan informasi, data, dan pengalaman yang berharga selama proses penelitian dan pengambilan data.
5. Keluarga besar Sekolah Bisnis IPB University, khususnya teman-teman SB angkatan 57 yang senantiasa memberikan tawa, masukkan dan dukungan kepada penulis.
6. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini yang tidak memungkinkan untuk disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa karya ilmiah ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga saran dan masukan yang membangun sangat diharapkan dari pembaca. Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan berkontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

Bogor, Agustus 2024

Fahri Hendrawan



DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan	6
1.4 Manfaat	6
1.5 Ruang Lingkup	7
II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Buku	8
2.2 Konsumen	8
2.3 Karakteristik Konsumen	8
2.4 Perilaku Konsumen	9
2.5 Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	10
2.6 Pembelian <i>Online</i>	11
2.7 Kepuasan Konsumen	12
2.8 Loyalitas Konsumen	13
2.9 Penelitian Terdahulu	14
2.10 Kerangka Pemikiran	16
III METODE	18
3.1 Waktu dan Tempat	18
3.2 Identifikasi Atribut Penelitian	18
3.3 Jenis dan Sumber Data	21
3.4 Teknik Pengumpulan Data	22
3.5 Metode Penarikan Sampel	22
3.6 Metode Analisis Data	23
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	30
4.1 Gambaran Umum IPB Press	30
4.2 Analisis Karakteristik Konsumen	31
4.3 Analisis <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	36
4.4 Analisis <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	38
4.5 Analisis Loyalitas Konsumen	40
4.6 Implikasi Manajerial	43
V SIMPULAN DAN SARAN	44
5.1 Simpulan	44
5.2 Saran	44
DAFTAR PUSTAKA	45
LAMPIRAN	47
RIWAYAT HIDUP	58

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



DAFTAR TABEL

1	Penelitian Terdahulu	14
2	Identifikasi Atribut Penelitian	18
3	Identifikasi Atribut Loyalitas Konsumen	21
4	Indeks CSI	25
5	Tabel Skala Likert	26
6	Perhitungan <i>Switcher</i>	27
7	Perhitungan <i>Habitual Buyer</i>	27
8	Perhitungan <i>Satisfied Buyer</i>	28
9	Perhitungan <i>Likes the Brand</i>	28
10	Perhitungan <i>Committed Buyer</i>	29
11	Tabel Perhitungan CSI	36
12	Hasil perhitungan IPA	38
13	Perhitungan <i>Switcher buyer</i>	40
14	Perhitungan <i>Habitual buyer</i>	40
15	Perhitungan <i>Satisfied buyer</i>	41
16	Perhitungan <i>Likes the brand</i>	41
17	Perhitungan <i>Committed buyer</i>	42

DAFTAR GAMBAR

1	Jumlah Judul Buku Baru Terbit di Indonesia	1
2	<i>E-commerce</i> dengan pengunjung terbanyak di Indonesia	2
3	Jumlah Judul Buku Baru Terbit di IPB Press	4
4	Total Transaksi <i>Website & E-commerce</i> IPB Press	4
5	Transaksi Bulanan <i>Website & E-commerce</i> IPB Press 2023	5
6	Alur pengambilan keputusan konsumen	10
7	Kerangka Pemikiran	17
8	Karakteristik domisili Responden	32
9	Karakteristik usia Responden	32
10	Pendidikan Responden	33
11	Pekerjaan Responden	34
12	Pendapatan per bulan	34
13	Pengeluaran dalam pembelian buku IPB Press per tahun	35
14	Platform yang digunakan untuk membeli buku IPB Press	36
15	Diagram Kartesius IPA	39
16	Hasil perhitungan tingkat loyalitas konsumen buku IPB Press	42



DAFTAR LAMPIRAN

1	Kuesioner Penelitian	47
2	Uji Validitas dan Reliabilitas Kinerja	55
3	Uji Validitas dan Reliabilitas Kepentingan	56
4	Uji Validitas dan Reliabilitas Loyalitas	57

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.