

**PERBEDAAN KEPUASAN PELANGGAN PRODUK FASHION
PADA ONLINE SHOP SHOPEE DAN TOKO KONVENSIONAL
DI KECAMATAN SEBERANG ULU II PALEMBANG**

SKRIPSI



Nama : Nurul Lailia

Nim : 212016134

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2020

**PERBEDAAN KEPUASAN PELANGGAN PRODUK FASHION
PADA ONLINE SHOP SHOPEE DAN TOKO KONVENSIONAL
DI KECAMATAN SEBERANG ULU II PALEMBANG**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



Nama : Nurul Lailia

Nim : 212016134

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2020

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nurul Lailia

NIM : 212016134

Konsentrasi : Pemasaran

Judul Skripsi : Perbedaan Kepuasan Pelanggan Produk Fashion Pada Online Shop Shopee dan Toko Konvensional di Kecamatan Seberang Ulu II Palembang

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata 1 baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, Agustus 2020



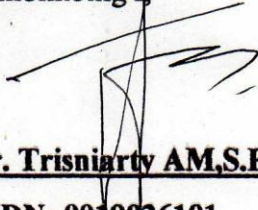
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul: Perbedaan Kepuasan Pelanggan Produk Fashion Pada Online Shop Shopee
dan Toko Konvensional di Kecamatan Seberang Ulu II Palembang

Nama : Nurul Lailia
NIM : 212016134
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

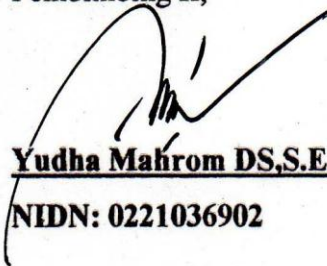
Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal.....

Pembimbing I,



Dr. Trisniarty AM, S.E., M.M
NIDN: 0019026101

Pembimbing II,



Yudha Mahrom DS, S.E., M.Si
NIDN: 0221036902

Mengetahui

Dekan

u. b Ketua Program Studi Manajemen



Laleha Dhandayani, S.E., M.Si
NIDN: 0229057501

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

“Memulai dengan penuh keyakinan, Menjalankan dengan penuh keikhlasan dan Menyelesaikan dengan penuh kebahagiaan”.

PERSEMBAHAN:

Dengan ridho Allah SWT ku persembahkan skripsi ini khusus kepada:

- ❖ Kedua orang tuaku tercinta, Kateno dan Supinah serta tiga saudaraku Mar'atus Shalihah, Isnan Hilaludin dan Alfiatul Khasanah.
- ❖ Dosen Pembimbingku, Dr. Trisniarty Adjeng Moelyati, S.E.,M.M dan Yudha Mahrom DS, S.E.,M.Si
- ❖ Dosen Pembimbing Akademikku, Zuhriyah,S.E.,M.Si
- ❖ Keluarga Besarku
- ❖ Orang yang terdekat denganku Arif Adi Munandar
- ❖ Sahabat-sahabatku, Devi Lia Apriani, Novita Indian Sari dan Mega
- ❖ Teman-teman seperjuanganku Nopri wahyuni, Meta Desri Yana, Mayang Sari, terimakasih telah banyak membantuku dan berjuang bersama
- ❖ Teman-teman KKN Posko 117 (Andrian Yusuf, Karlian Dwi Putra, M. Sutrisna Dadas, Iqbal Masron, Gaung MAIA, Faris Vrimadora, Ririn Saputri, Murniyati, Melisa Nopa Belia, Desi Rahayu dan Inda Sari) terimakasih telah menjadi sahabat serta keluarga baruku yang selalu mensupportku
- ❖ Teman-teman paket 04
- ❖ Teman-teman Prodi Manajemen Angkatan 2016
- ❖ Almamater tercinta Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang

PRAKATA



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Perbedaan Kepuasan Pelanggan Produk Fashion Pada Online Shop Shopee dan Toko Konvensional di Kecamatan Seberang Ulu II Palembang” tepat pada waktunya.

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada kedua orang tuaku yang telah berjasa dalam membesarkan, mendidik, mendoakan, dan memberikan motivasi kepada penulis agar dapat menyelesaikan skripsi ini. Tidak lupa juga penulis ucapkan terimakasih kepada dosen yang telah membimbing, memberi pengarahan, motivasi serta telah mengeluarkan banyak waktu, pikiran, dan tenaga dalam membantu penyusunan skripsi ini. Penulis juga ucapkan terimakasih kepada pihak yang telah memberikan izin dan membantu penulis dalam menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang, diantaranya:

1. Bapak Dr. H. Abid Djazuli, S.E.,M.M., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Drs. H. Fauzi Ridwan, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang serta Bapak dan Ibu Dosen serta staf pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Zaleha Trihandayani, S.E.,M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen.

4. Dr. Trisniarty Adjeng Moelyati,S.E.,M.M dan Yudha Mahrom DS, S.E.,M.Si, selaku Dosen Pembimbing Skripsi
5. Ibu Zuhriyah, S.E., M.Si selaku pembimbing akademik.
6. Wani Fitria,S.E.,M.Si. dan Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si, selaku Dosen Penelaah
7. Responden yang telah membantu dalam mengisi kuesioner
8. Dosen/staf Pengajar, staf akademik dan tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis
9. Sahabat-sahabatku dan teman-teman dari prodi Manajemen dan Akuntansi
10. Semua pihak yang telah membantu terselesaikannya tugas akhir ini.

Semoga Allah SWT membalas jasa serta budi baik yang setimpal kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Aamiin. Harapan penulis, semoga karya sederhana ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya.

Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatu

Pelembang, Agustus 2020

Penulis

Nurul Lailia

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO.....	v
HALAMAN PRAKATA	vi
HALAMAN DAFTAR ISI.....	viii
HALAMAN DAFTAR TABEL	x
HALAMAN DAFTAR GAMBAR.....	xii
HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A. Landasan Teori	8
B. Penelitian Sebelumnya	24
C. Kerangka Pemikiran	29

D. Hipotesis	29
--------------------	----

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	30
B. Lokasi Penelitian	31
C. Operasionalisasi Variabel.....	31
D. Populasi dan Sampel	32
E. Data yang Diperlukan	33
F. Metode Pengumpulan Data	34
G. Analisis Data dan Teknik Analisis	35

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	41
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	41
2. Gambaran Indikator Penelitian	45
3. Gambaran Umum Karakteristik Responden	48
4. Gambaran Umum Jawaban Responden	49
5. Teknik Analisis	53
a. Analisis Kai Kuadrat	53
B. Pembahasan Hasil Penelitian	65

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	73
B. Saran.....	73

Daftar Pustaka.....	69
----------------------------	-----------

Lampiran

DAFTAR TABEL

I.1 Hasil Pra riset wawancara.....	5
III.1 Operasional Variabel.....	29
IV.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
IV.2 Gambaran Umum Jawaban Responden Perbedaan Kepuasan Pelanggan ..	47
IV.3 Analisis Kai Kuadrat Berdasarkan Barang Sesuai Keinginan	51
IV.4 Analisis Kai Kuadrat Berdasarkan Produk Fashion Sesuai Harapan.....	52
IV.5 Analisis Kai Kuadrat Berdasarkan Pelayanan Cepat.....	53
IV.6 Analisis Kai Kuadrat Berdasarkan Penanganan Pembelian Baik	54
IV.7 Analisis Kai Kuadrat Berdasarkan Berkunjung Kembali Karena Pelayanan Cepat	55
IV.8 Analisis Kai Kuadrat Berdasarkan Membeli Kembali Karena Pelayanan Baik	56
IV.9 Analisis Kai Kuadrat Berdasarkan Berkunjung Kembali Karena Produknya Sesuai Harapan.....	57
IV.10 Analisis Kai Kuadrat Berdasarkan Membeli Kembali Karena Produknya Memuaskan	58
IV.11 Analisis kai Kuadrat Berdasarkan Menyarankan Teman Membeli Produk yang Ditawarkan Karena Pelayanan Cepat	59
IV.12 Analisis Kai Kuadrat Berdasarkan Mengajak Teman Membeli Produk yang Ditawarkan Karena Pelayanan Baik.....	60
IV.13 Analisis Kai Kuadrat Berdasarkan Menyarankan Teman Membeli Produk yang Ditawarkan Karena Barang Sesuai Keinginan	61

IV.14 Analisis Kai Kuadrat Berdasarkan Mengajak Teman Membeli Produk Yang Ditawarkan Karena Produknya Bagus	62
---	----

DAFTAR GAMBAR

II.1 Kerangka Pemikiran.....	27
------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Jadwal Penelitian

Lampiran 2: Kuesioner

Lampiran 3: Tabulasi Hasil Jawaban Responden

Lampiran 4: Frekuensi Jawaban Responden

Lampiran 5: Uji Chi Square Perhitungan SPSS

Lampiran 6: Tabel Chi Square (Kai Kuadrat)

Lampiran 7: Kartu Aktivitas Bimbingan Penulisan Skripsi

Lampiran 8: Surat Selesai Riset

Lampiran 9: Sertifikat TOEFL

Lampiran 10: Sertifikat AIK

Lampiran 11: Surat Keterangan Lunas BPP

Lampiran 12: Biodata Penulis

Lampiran 13: Plagiarism Cheker

Lampiran 14: Lembar Pengesahan Skripsi

Lampiran 15: Jurnal

ABSTRAK

Nurul Lailia /212016134/2020/ Perbedaan Kepuasan Pelanggan Produk Fashion Pada Online Shop Shopee dan Toko Konvensional Di Kecamatan Seberang Ulu II Palembang.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah perbedaan kepuasan pelanggan produk fashion pada online shop shopee dan toko konvensional di kecamatan Seberang Ulu Palembang. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui perbedaan kepuasan pelanggan produk fashion pada online shop shopee dan toko konvensional di kecamatan Seberang Ulu II Palembang. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian *Komparatif* yaitu untuk mengetahui perbedaan kepuasan pelanggan produk fashion pada online shop shopee dan toko konvensional di Kecamatan Seberang Ulu II Palembang. Variabel yang digunakan adalah kepuasan Pelanggan. Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 68 responden, dengan teknik pengambilan sampel *Purposive Sampling*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, dengan menggunakan metode kuesioner (Angket). Teknik analisis yang digunakan adalah kai kuadrat (χ^2). Hasil penelitian ini menunjukkan ada perbedaan kepuasan pelanggan produk fashion pada online shop shopee dan toko konvensional di Kecamatan Seberang Ulu II Palembang.

Kata Kunci: Kesesuaian Harapan, Minat Berkunjung Kembali, Kesiediaan Merekomendasikan

Abstract

Nurul lailia /212016134/2020/ The Differences in Fashion Products Customer Satisfaction of Shopee's Online Shop and Conventional Stores at Kecamatan Seberang Ulu II Palembang.

The problem formulation in this research was the difference in fashion products customer satisfaction of Shopee's online shop and conventional stores at Kecamatan Seberang Ulu II Palembang. This research was conducted with the objective to find out the differences in fashion products customer satisfaction of Shopee's online shop and conventional stores at Kecamatan Seberang Ulu II Palembang. The type of research used was comparative research. The sample in this study was 68 respondents with a Purposive Sampling technique. The data used in this study was primary data by using a questionnaire. The analysis technique used was the chi-square (χ^2). The results of this study indicated that there were differences in customer satisfaction for fashion products of Shoppe's online shop and conventional stores at Kecamatan Seberang Ulu II Palembang.

Keywords: Conformity of Expectations, Interest in Visiting Again, Willingness to Recommend

PENGESAHAN

NO. 359 / Abstract / LB / UMP / VIII / 20 20

Telah di Koreksi oleh

Lembaga Bahasa

Universitas Muhammadiyah Palembang *Abd.*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perusahaan di seluruh dunia telah menginvestasikan sebagian uangnya dalam pengembangan saluran baru agar dapat menjangkau konsumen yang luas. Saluran ini menggunakan teknologi untuk menggantikan kontak langsung antara produsen dengan konsumen. Teknologi yang berkembang saat ini menawarkan saluran distribusi yang lebih luas dan cepat dengan biaya yang lebih efisien. Hal ini menguntungkan bagi produsen dan juga bagi konsumen. Pengguna dari saluran distribusi berlandaskan teknologi ini tidak hanya produsen suatu produk tetapi juga anggota dari saluran distribusi seperti retailer dan grosir, yang mana saluran distribusi ini adalah saluran distribusi melalui internet.

Saluran distribusi melalui internet sangat pesat berkembang saat ini karena sangat memudahkan bagi produsen dan konsumen untuk saling berkomunikasi. Konsumen tidak perlu lagi untuk datang ke toko dan mengantri pada saat melakukan pembayaran yang pasti akan menghemat waktu dan biaya transportasi bagi konsumen. Produsen juga tidak perlu menyediakan banyak tempat untuk display toko dan mengurangi persediaan pada gudang.

Kemajuan teknologi ini selain dampak positif juga memiliki dampak negatif, terutama berdampak pada keeratan hubungan antara konsumen dan

produsen atau distributor (keamatan emosional) yang semakin berkurang. Hal ini disebabkan minimnya frekuensi tatap muka antar personal (misalnya antara konsumen dan karyawan toko) dan banyaknya tawaran produk dari berbagai toko di internet yang membuat konsumen memiliki banyak sekali pilihan yang mengakibatkan sulitnya menciptakan loyalitas konsumen. Berbelanja secara online juga memiliki resiko yang lebih besar terutama dalam keamanan bertransaksi.

Menurut Kotler dan Keller (2009:139) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan meliputi : kualitas pelayanan atau jasa, kualitas produk, harga, faktor situasi, faktor pribadi dan konsumen.

Menurut Fandy Tjiptono (2012:120) mengatakan kepuasan pelanggan adalah kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan sebagai respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (disconfirmation) yang dipersepsikan antara harapan awal sebelum pembelian (atau kinerja norma lainnya) dan kinerja aktual produk yang dipersepsikan setelah pemakaian atau konsumsi produk yang bersangkutan.

Online shop merupakan kegiatan atau transaksi jual beli yang dilakukan melalui media internet untuk mendapatkan keuntungan. Kelebihan dari bisnis online adalah lingkup pemasarannya luas, tidak terbatas pada daerah sekitar, dapat dipasarkan keseluruh nusantara bahkan sampai keluar negeri, tidak

memerlukan stok barang yang banyak, dapat dilakukan dimana saja asalkan memiliki akses internet yang baik, barang yang dipesan bisa langsung diantar kealamat penerima, tidak memerlukan modal yang besar dan sebagainya. Sedangkan kekurangan bisnis online yaitu tidak dapat dilihat secara langsung maka hasil pesanan menjadi kurang meyakinkan, dalam mengantarkan barang pesanan terkadang beberapa situs bisnis online mengantar barang tidak tepat pada waktunya dan lain-lain.

Shopee adalah sebuah aplikasi yang bergerak di bidang jual beli secara online dan dapat diakses secara mudah dengan menggunakan smartphone. Shopee hadir dalam bentuk aplikasi yang memudahkan penggunaanya dalam melakukan kegiatan berbelanja secara online tanpa harus ribet menggunakan perangkat komputer.

Toko konvensional merupakan kegiatan atau transaksi jual beli yang dilakukan secara langsung, bertatap muka antara penjual dan pembeli. Kelebihan dari bisnis konvensional adalah pembeli langsung dapat melihat produk yang akan dibeli sehingga pembeli tidak merasa ragu akan produk yang akan dibeli, pembeli juga dapat memilih produknya sendiri dan sebagainya. Sedangkan kekurangan bisnis konvensional adalah lingkup pemasarannya terbatas, membutuhkan modal yang cukup besar dan memerlukan banyak stok.

Konsumen yang terbiasa berbelanja pada toko konvensional (toko yang memiliki bangunan) akan berhubungan langsung dengan karyawan toko, bisa memilih produk dengan lebih jelas, menyentuh produk dan menyampaikan

keluhan lebih mudah pada karyawan toko dan menyediakan pelayanan after sale seperti pemasangan produk bila itu merupakan barang elektronik seperti AC di rumah konsumen atau penginstalan software pada komputer, sedangkan pada online shop tidak memiliki ikatan batin yang kuat disebabkan tidak bertemu langsung dan hanya berbicara melalui komputer atau handphone. Tidak dapat menyentuh produk secara langsung, dan bila ada keluhan akan lebih sulit mendapatkan respon yang cepat dan tidak memiliki pelayanan after sale.

Dewasa ini bisnis online di Indonesia sangat berkembang pesat dibandingkan dengan beberapa tahun sebelumnya . mungkin hal ini terjadi karena berkembangnya juga teknologi internet di Indonesia dan ditambah dengan penggunaan internet yang mengakses dari gadgetnya masing-masing. Karena perkembangan inilah yang membuat bisnis online ramai dilakukan di Indonesia.

Dampak dari bermunculannya toko online beberapa tahun belakangan ini bagi sebagian kalangan dianggap menjadi ancaman bagi toko konvensional. Berbagai pusat perbelanjaan dirasakan cukup sepi, sehingga banyak pedagang berpendapat sepi nya penjualan disebabkan oleh banyaknya konsumen yang memilih untuk melakukan belanja secara online. Bahkan sebagian kalangan pemerhati internet beranggapan bahwa konsep toko online di Indonesia adalah salah, karena penjual berlomba-lomba untuk menjual barang dengan harga semurah-murahnya, akibat kemunculan toko online bisa membunuh toko konvensional. Padahal, jika fenomena ekonomi dilihat secara utuh, ada

aspek keleluasan ekonomi yang juga menyebabkan menurunnya daya beli masyarakat sehingga keberadaan toko online tidak bisa langsung di justifikasi negatif. Dalam persaingan bisnis inovasi adalah suatu keharusan untuk bisa berkompetisi. Oleh sebab itu apapun bentuk bisnisnya, baik online maupun konvensional pelaku harus melakukan berbagai inovasi.

Tabel I.1
Hasil Riset Pendahuluan

Indikator	Online Shop Shopee		Toko Konvensional	
	Puas	Tidak Puas	Puas	Tidak Puas
Produk sesuai keinginan	8	22	25	5
Pelayanan cepat	10	20	30	0
Berkunjung kembali karena pelayanan cepat	6	24	22	8
Berkunjung kembali karena produknya sesuai harapan	10	20	30	0
Menyarankan teman membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan cepat	12	18	25	5
Menyarankan teman membeli produk yang ditawarkan karena barang sesuai harapan	9	21	27	3

Sumber Data Primer 2019

1. Responden yang puas dengan produk yang sesuai keinginan pada :

Online Shop 8 orang (27%) sedangkan pada toko konvensional 25 orang (83%)

2. Responden yang puas dengan pelayanan cepat pada :

Online shop 10 orang (33%) sedangkan toko konvensional 30 orang (100%)

3. Responden yang puas dengan berkunjung kembali karena pelayanan cepat pada :

Online Shop 6 orang (20%) sedangkan toko konvensional 22 orang (73%)

4. Responden yang puas dengan berkunjung kembali karena produk sesuai harapan pada :

Online Shop 10 orang (33%) sedangkan toko konvensional 30 orang (100%)

5. Responden yang puas dengan menyarankan teman membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan cepat pada :

Online Shop 12 orang (40%) sedangkan toko konvensional 25 orang (83%)

6. Responden yang puas dengan menyarankan teman membeli produk yang ditawarkan karena barang sesuai harapan pada :

Online Shop 9 orang (30%) sedangkan toko konvensional 27 orang (90%)

Berdasarkan gambaran diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Perbedaan Kepuasan Pelanggan Produk Fashion Pada Online Shop Shopee dan Toko Konvensional di Kecamatan Seberang Ulu II Palembang”.

B. Rumusan Masalah

Adakah perbedaan kepuasan pelanggan produk fashion pada online shop Shopee dan toko konvensional di Kecamatan Seberang Ulu II Palembang ?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui perbedaan kepuasan pelanggan produk fashion pada online shop Shopee dan toko konvensional di Kecamatan Seberang Ulu II Palembang.

D. Manfaat Penelitian**a. Manfaat bagi penulis**

Penelitian dapat memberikan gambaran praktek dari teori yang selama ini diperoleh selama perkuliahan, khususnya dalam konsentrasi pemasaran.

b. Manfaat bagi almamater

Hasil penelitian dapat menjadi salah satu sumber referensi untuk peneliti selanjutnya, khususnya penelitian yang memiliki topik relatif sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Sohel. 2015. Perbandingan Loyalitas Konsumen Pada Online Shop dan Toko Konvensional (Brick and Mortar Store). *Jurnal Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen*, Vol. 6, No. 3, Juli 2015, hlm 40-51.
- Alverina Mulyadi & Eddy Madiono Sutanto. 2018. Analisis Faktor Kepuasan Pelanggan Toko Fashion online Zalora Di Indonesia. *Agora*, Vol 6, No. 2.
- Andayani, Syaiful Anam & Nur Fadhillah. 2017. Perbandingan Loyalitas konsumen Terhadap Toko Online dan Toko Konvensional. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. 9 (1).
- Arikunto, Suharsimi. 2014. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Dewi Nuraini. 2019. Analisis Perbedaan Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian Produk Baju Secara Online dan Offline. *Jurnal Volume 15, Nomor 2, Oktober 2019*. Hal.231-239
- Hasan, Iqbal. 2010. *Pokok-pokok Materi Statistik 2*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Keller K.L dan Philip Kotler. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2011. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat
- Qori Mashitah. 2018. Perbedaan Kepuasan Konsumen Belanja Online dan Offline pada Mahasiswi Pembeli Produk Fashion. *Jurnal Riset Psikologi 2018 (1),2018*
- Ramziya Zikra & Zulmi Yusra. 2016. Kepuasan Wanita Berbelanja Produk Fashion Berdasarkan Cara Membeli. *Jurnal RAP UNP*, Vol. 7 , No.1, Mei 2016, hlm. 55-66.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaraan Strategik*. Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 2019. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI