

## ABSTRAK

Perkembangan internet yang sangat pesat dan peningkatan jumlah pengguna internet di Indonesia mendorong pertumbuhan *ecommerce* semakin meningkat. Salah satu toko online yang turut mengikuti persaingan *ecommerce* di Indonesia adalah Tokopedia. Berdasarkan *traffic ranks* Tokopedia di Alexa.com, Tokopedia berada pada urutan ke tujuh website yang paling banyak pengunjung di Indonesia atau urutan pertama toko online yang paling banyak pengunjung di Indonesia. Brandindex.com juga mengeluarkan hasil survei yang menyatakan bahwa Tokopedia berada di urutan pertama pada kategori Top Buzz Ranking atau merek yang paling banyak diperbincangkan saat ini. Namun, jika dilihat di situs top brand award, Tokopedia menduduki posisi ke tiga sebagai situs jual beli online terbaik di Indonesia. Trustedcompany.com juga merangkum keluhan-keluhan pelanggan Tokopedia. Keluhan-keluhan pelanggan tersebut perlu diperhatikan Tokopedia karena akan berdampak pada kenyamanan pelanggan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana harapan pelanggan pada Tokopedia, kinerja Tokopedia, tingkat kepuasan pelanggan Tokopedia serta bagaimana meningkatkan kepuasan pelanggan Tokopedia. Penelitian ini tergolong dalam penelitian deskriptif.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner melalui sosial media. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 384 responden yang pernah melakukan transaksi pembelian di Tokopedia. Penelitian ini menggunakan indikator *experiential marketing* dengan metode analisis menggunakan *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA).

Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa harapan pelanggan terhadap Tokopedia tinggi dan kinerja Tokopedia menurut pelanggan cukup baik. Sedangkan kepuasan pelanggan Tokopedia secara keseluruhan yang diukur menggunakan metode CSI adalah sebesar 64,67% atau kurang puas. Selain itu, perhitungan menggunakan IPA diketahui terdapat tiga atribut yang harus diperbaiki lima atribut yang harus dipertahankan oleh Tokopedia.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disarankan kepada Tokopedia untuk memperbaiki atribut *customer service* dan website yang menurut pelanggan belum maksimal dan perlu ditingkatkan. Tokopedia juga sebaiknya selalu melakukan pemantauan secara berkala mengenai kepuasan pelanggan agar selalu mengetahui atribut-atribut yang harus diperbaiki dan ditingkatkan agar dapat memenuhi harapan pelanggan dan memuaskan pelanggan.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan, *Experiential Marketing*, *Customer Satisfaction Index* (CSI), *Importance Performance Analysis* (IPA), Tokopedia.