

ABSTRAK

Tingginya mobilitas manusia pada saat ini sejalan dengan terus berkembangnya teknologi yang kemudian mempengaruhi berbagai aktivitas manusia khususnya pada aktivitas jual beli. Kehadiran teknologi *e-commerce* yang merupakan perdagangan dengan memanfaatkan jaringan internet sangat mempermudah masyarakat dalam melakukan proses jual beli barang secara *online*. Shopee merupakan salah satu pemain besar *e-commerce* yang beroperasi di Indonesia sejak 2015 lalu dan mendapatkan respon serta perhatian yang cukup baik dari masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui bagaimana perjalanan, pengalaman dan loyalitas pengguna Shopee dengan menggunakan alat desain *customer journey mapping* untuk memvisualisasikannya. Penggunaan metode *diary study* juga dilakukan pada penelitian ini untuk menggali pengalaman dan respon pengguna secara mendalam dan konseptual pada setiap aktivitas yang dilakukan pengguna di dalam aplikasi *mobile e-commerce* Shopee. Responden yang terlibat pada penelitian ini yaitu sebanyak 6 orang dengan karakteristik *heavy users* atau pengguna berat yang dibuktikan dengan Shopee Loyalty pada level Platinum. Permasalahan yang ditemukan dalam penelitian ini terkait dengan fitur yang digunakan oleh pengguna pada saat proses *diary study* dilakukan, sehingga hasil penelitian ini berupa saran perbaikan atau peningkatan kinerja pada tampilan, fitur dan konten yang ada pada aplikasi *mobile e-commerce* Shopee.

Kata Kunci: *e-commerce, customer journey mapping, customer experience* dan *diary study*.