

ABSTRAK

Yossie Giodita Jenifer (01619230048)

CUSTOMER SATISFACTION PADA OMNICHANNEL KOSMETIK DI SOCIOLLA: STUDI KASUS

(xvi + 60 halaman; 1 tabel; 12 gambar; 9 lampiran)

Peningkatan penggunaan *skincare* dan kosmetik mendorong pertumbuhan industri kecantikan, termasuk pada bidang *retail*. Perkembangan teknologi yang semakin meningkat juga mengubah cara konsumen untuk berbelanja sehingga tidak hanya melalui satu *channel* saja, namun dapat dilakukan melalui berbagai *channel* yang terintegrasi secara mulus antar *channel*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang berkontribusi terhadap *customer satisfaction* pada *omnichannel* kosmetik. Studi ini dilakukan dengan menerapkan paradigma interpretatif, yakni paradigma yang berupaya untuk memahami perilaku manusia. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara terhadap 6 konsumen Sociolla yang melakukan pembelian pada toko fisik, *online*, bahkan keduanya. Berdasarkan temuan penelitian dan wawancara, diperoleh hasil 10 faktor yang dapat memiliki kontribusi terhadap *customer satisfaction* pada *omnichannel* kosmetik, yakni (1) kemudahan akses toko fisik, (2) produk beragam dan lengkap, (3) penetapan harga setara kompetitif, (4) promosi agresif, (5) penataan rapi dan *lighting* baik, (6) staf responsif, (7) aplikasi SOCO, (8) metode pembayaran lengkap, (9) kemasan pengiriman rapi dan aman, dan (10) waktu pengiriman sesuai estimasi. Penelitian ini dapat membantu Sociolla untuk lebih meningkatkan performanya untuk mencapai *customer satisfaction* yang maksimal serta menjadi studi lebih lanjut dengan melakukan penelitian kuantitatif.

Referensi : 39 (1989-2024)

Kata Kunci: *beauty industry, retail business, customer satisfaction, case study*

ABSTRACT

Yossie Giodita Jenifer (01619230048)

CUSTOMER SATISFACTION IN OMNICHANNEL COSMETICS AT SOCIOLLA: A CASE STUDY

(xvi +60 pages; 1 table; 12 pictures; 9 appendices)

The increase in skincare and cosmetic usage drives the growth of the beauty industry, including in the retail sector. Advancements in technology are also changing the way consumers shop, allowing them to purchase through multiple channels that seamlessly integrate with one another. The purpose of this study is to identify the factors that contribute to customer satisfaction in the omnichannel cosmetics sector. This study is conducted using an interpretive paradigm, which seeks to understand human behavior. Data collection was carried out through interviews with six Sociolla customers who made purchases in physical stores, online, or both. Based on the findings and interviews, the study identified 10 factors that can contribute to customer satisfaction in the omnichannel cosmetics sector, namely: (1) accessibility of physical stores, (2) diverse and complete product offerings, (3) competitive pricing, (4) aggressive promotions, (5) neat store layout and good lighting, (6) responsive staff, (7) SOCO app, (8) variety of payment methods, (9) secure and tidy packaging for delivery, and (10) on-time delivery according to the estimated timeframe. This research can help Sociolla further enhance its performance to achieve optimal customer satisfaction and can serve as a basis for further studies by conducting quantitative research.

References : 39 (1989-2024)

Keywords: beauty industry, retail business, customer satisfaction, case study