

ABSTRAK

***CUSTOMER JOURNEY MAPPING* PADA PENGGUNA PRODUK PERAWATAN KULIT (Studi pada Konsumen Produk Avoskin)**

Oleh

KAUTSAR WAFIYAH

Avoskin merupakan salah satu produk perawatan kulit yang telah menjual lebih dari 5 miliar produk dalam setahun melalui *e-commerce* di Indonesia. Kebutuhan akan produk perawatan kulit yang semakin tinggi dan pasar yang semakin besar memunculkan banyak pesaing bagi Avoskin. Agar dapat bertahan dan memenangkan persaingan, Avoskin perlu terus memberikan produk yang berkualitas dan pelayanan terbaik. Sangat penting untuk melihat dari sudut pandang pengguna produk untuk dapat mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan guna memberikan pelayanan maksimal. *Customer journey mapping* merupakan salah satu alat untuk menganalisis pengalaman pelanggan dalam berinteraksi dengan produk atau layanan. Melalui analisis interaksi tersebut dapat diketahui kelemahan dan kelebihan produk dan layanan untuk selanjutnya dilakukan evaluasi dan perbaikan. Penelitian ini dilakukan guna menganalisa elemen-elemen customer journey map pada tahap pra-pembelian, tahap pembelian, dan tahap pasca pembelian pengguna produk Avoskin. Metode pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner pada 70 anggota aktif komunitas Rubi *by* Avoskin yang dipilih secara acak. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara deskriptif untuk memberikan gambaran perjalanan pelanggan Avoskin. Hasil penggambaran *customer journey map* menunjukkan bahwa pengguna produk Avoskin merasa puas dan nyaman selama melalui perjalanan pelanggan dan berinteraksi dengan produk Avoskin.

Kata kunci: *customer journey mapping*, *customer experience*, perawatan kulit

ABSTRACT

CUSTOMER JOURNEY MAPPING ON SKIN CARE PRODUCTS USERS (Study on Consumers of Avoskin Products)

By

KAUTSAR WAFIYAH

Avoskin is one of the skin care brand that has sold more than 5 billion products in a year through e-commerce in Indonesia. The growing need for skin care products and a increased market gave rise to many competitors in the industry. In order to survive and win the competition, Avoskin needs to provide the best quality of products and service. It is very important to look from the point of view of the product user to be able to know the needs and wants of customers to provide maximum service.

Customer journey mapping is one of the tools to analyze the customer experience in reacting with a product or service. Through the analysis of these interactions can be known the weaknesses and advantages of the product and service for further evaluation and improvement. This research was conducted to analyze elements of the customer journey map at the pre-purchase stage, the purchase stage, and the post-purchase stage of Avoskin product users. The data collection method was conducted using questionnaires on 70 active members of the randomly selected Rubi by Avoskin community. The data obtained is then analyzed descriptively to provide an overview of Avoskin's customer journey. The results of the customer journey map description show that Avoskin product users feel satisfied and comfortable during the customer journey and interact with Avoskin products.

Key words: customer journey mapping, customer experience, skin care