

RINGKASAN EKSEKUTIF

Tugas Akhir *Project Improvement* (PI) bertujuan untuk mengidentifikasi, menganalisis, serta mencari solusi terbaik guna menentukan rekomendasi yang sesuai terhadap permasalahan elevenia, khususnya dalam peningkatan *repeat visited* pada situs elevenia.co.id. Guna mendukung penyusunan dan penulisan tugas akhir *Project Improvement*, dijalankan observasi langsung serta observasi tidak langsung yang diantaranya yaitu wawancara dengan pihak internal elevenia, wawancara terhadap konsumen serta *potential customer*, analisis atribut produk pesaing, analisis posisi merek elevenia, dan keterlibatan langsung dalam melakukan riset pasar saat menjalankan program magang yang berlangsung selama tiga bulan untuk mengidentifikasi permasalahan.

Berdasarkan hasil observasi dan analisis identifikasi penyebab masalah, ditemukan rendahnya *repeat visited* pada situs elevenia disebabkan karena belum terlihatnya diferensiasi yang membedakan antara elevenia dengan kompetitornya. Teori yang diaplikasikan dalam pembuatan tugas akhir ini diantaranya adalah *differentiation* dan *brand Positioning*.

Melalui teori yang telah disebutkan, ditetapkan tiga alternatif solusi untuk mengatasi akar penyebab permasalahan yaitu tidak terlihatnya diferensiasi yang dapat membedakan elevenia dengan kompetitornya. Alternatif solusi yang ditawarkan didasari dengan hasil wawancara dengan konsumen *e-commerce* dan internal

perusahaan yang kemudian dipadukan dengan teori-teori yang dapat memperkuat alternatif solusi yang ditawarkan.



EXECUTIVE SUMMARY

Project Improvement (PI) aims to identify, analyze, and find the best solution in order to determine the appropriate recommendations to the problems in elevenia, particularly in increasing repeat visited at elevenia.co.id site. To support the preparation and thesis of Project Improvement, writer executed direct observation and observation indirect among which interviews with elevenia's internal team, interviews with customers and potential customers, analysis of product attributes, competitor, analyzes brand positioning of elevenia, and direct involvement in conducting research market while running an internship program that lasted for three months to identify the problems.

Based on observations and analysis of the root cause of the problem, writer found the low repeat visited to the site due to the visibility of differentiation are not yet distinguish between elevenia with competitors. The theory is applied in the development of this thesis include the differentiation and brand positioning theory.

Through a theory that has been mentioned, the set of three alternative solutions to tackle the root cause of the problem is the apparent absence of differentiation that can differentiate elevenia with competitors. An alternative solution is offered based on the results of interviews with consumer and company internals which is then combined with theories that can strengthen the alternative solutions offered.