

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan *marketplace* BLANJA. Hal ini dilatarbelakangi oleh fakta bahwa posisi situs BLANJA di pasar cukup jauh di bawah para kompetitor. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan yakni dengan memperbaiki serta meningkatkan layanannya melalui pengukuran tingkat kepuasan pelanggan. Berdasarkan pengukuran tingkat kepuasan kemudian dibuat sebuah usulan perbaikan layanan BLANJA. Sementara itu, usulan perbaikan didasarkan pada program prioritas yang kemudian dibedakan antara kelompok pelanggan pria dan wanita. Dengan demikian, penelitian ini dilakukan untuk memetakan kriteria paling penting menurut masing-masing kelompok pelanggan dan sub kriteria apa saja yang belum memenuhi harapan mereka terhadap layanan BLANJA. Selanjutnya, hal tersebut dijadikan dasar dalam membuat usulan perbaikan layanan BLANJA sehingga pada akhirnya diharapkan mampu menaikkan posisi BLANJA di pasar.

Pada penelitian ini, penggunaan teori *e-service quality* didasarkan pada penelitian-penelitian terdahulu, yang secara empiris telah terbukti dapat mengukur kriteria dan sub kriteria pembentuk kepuasan pelanggan terhadap layanan elektronik. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan metode *analytic hierarchy process* (AHP) sebagai alat bantu dalam menentukan bobot nilai setiap kriteria dan sub kriteria secara kualitatif dan kuantitatif berdasarkan hubungan antar kriteria tersebut, yang pada penelitian ini adalah jawaban kuesioner dari para responden. Penyebaran kuesioner dilakukan secara daring kepada pengguna BLANJA. Data yang telah dikumpulkan kemudian diolah dan dianalisis menggunakan metode deskriptif dan AHP sehingga diketahui nilai bobot dari masing-masing kriteria dan sub kriteria.

Pada akhirnya, penelitian ini menemukan adanya perbedaan tingkat kepuasan pada kelompok pelanggan pria dan wanita. Tidak hanya itu, penelitian juga menemukan bahwa preferensi keduanya dalam menentukan kriteria prioritas berbeda sehingga hal ini mempengaruhi usulan perbaikan untuk keduanya. Meskipun demikian, kriteria *security/privacy* merupakan kriteria yang dipersepsikan paling penting bagi kedua kelompok tersebut.

Kata kunci: *E-Commerce, Marketplace, Gender, E-Service Quality*, dan Metode *Analytic Hierarchy Process*.

ABSTRACT

This study aims to analyze BLANA's customer satisfaction. The is motivated by the fact that the position of BLANJA on the market is quite far below its competitors. In order to deal with the e-commerce market competition, BLANJA is expected to have an initiative strategy. Measuring the customer satisfaction is one of method to company to improve its services. Moreover, this study builds a proposal for BLANJA's services' improvement upon priority programs which is differentiated between men an women customer group. Thus, this study was conducted to map which criteria is perceived most important and which sub criteria is perceived most dissatisfied to each customer group.

E-service quality theory is empirically proven to measure criteria and sub criteria for forming e-satisfaction. In addition, an analytical hierarchy process (AHP) is also applied as a tool for priority determining of criteria and sub criteria, since AHP method has an ability to weight each criteria and sub criteria qualitatively and quantitatively based on the relationship between criteria, which in this study were the answers to questionnaires from respondents. The questionnaire was distributed online to grab users of BLANJA. The data has been collected is then processed and analyzed using descriptive methods and AHP.

The results show that both customers group have a difference customer satisfaction, moreover they have a difference preferences to determine priority e-commerce criteria. This is affected the proposed improvements for both. Nevertheless, security/privacy is perceived as the most important criteria for the two groups.

Keywords: E-Commerce, Marketplace, Gender, E-Service Quality, and Analytic Hierarchy Process.