UNIVERSITAS
GADJAH MADA
ANALISIS TINGKAT KEPUASAN LAYANAN SITUS MARKETPLACE "BLANJA" MENGGUNAKAN PENDEKATAN E-SERVICE QUALITY DAN ANALYTIC HIERARCHY PROCESS
Cita Nurani L, KUNCORO HARTO WIDODO, Dr., M.Eng.
Universitas Gadjah Mada, 2018 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL ..... **i**
LEMBAH PENGESAHAN ..... **ii**
LEMBAR PERNYATAAN ..... **iii**
KATA PENGANTAR ..... **iv**
DAFTAR ISI ..... **vi**
DAFTAR TABEL ..... **ix**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xv**
DAFTAR SINGKATAN ..... **xxvii**
INTISARI ..... **xxviii**
ABSTRACT ..... **xxix**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Rumusan Masalah 6
1.3 Pertanyaan Penelitian 7
1.4 Tujuan Penelitian 7
1.5 Manfaat Penelitian 8
1.6 Lingkup Penelitian 8
1.7 Sistematika Penulisan 9
BAB II KAJIAN PUSTAKA **11**
2.1 Pengertian *E-Commerce* 11
2.1.1 Model Bisnis *E-Commerce* 12
2.2 *E-Service Quality* 15
2.2.1 *Website Design* 19
2.2.1.1 *Price Offerings* 20
2.2.2 *Fulfilment* 21
2.2.2.1 *Website Personalization* 23

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN LAYANAN SITUS MARKETPLACE "BLANJA" MENGGUNAKAN PENDEKATAN
E-SERVICE QUALITY DAN ANALYTIC HIERARCHY PROCESS
Cita Nurani L, KUNCORO HARTO WIDODO, Dr., M.Eng.
Universitas Gadjah Mada, 2018 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

2.2.2.2 *Information Quality* 25
2.2.2.3 *Website Aesthetics* 25
2.2.2.4 *Website Convenience* 25
2.2.2.5 *Product Selection* 26
2.2.2.6 *Merchandise Availability* 27
2.2.2.7 *System Availability* 28
2.2.2.8 *Purchase Process* 29
2.2.3 *Customer Service* 30
2.2.4 *Security* atau *Privacy* 33
2.3 Penelitian Perbedaan Perilaku Pria dan Wanita 36
2.4 *Analytical Hierarchy Process* 38
2.5 Penggunaan AHP 41
2.6 Kerangka Penelitian 44
BAB III METODE PENELITIAN 46
3.1 Desain Penelitian 47
3.2 Definisi Istilah/Operasional 47
3.3 Instrumen Penelitian 49
3.4 Metode Pengumpulan Data 51
3.1.1 Populasi 51
3.1.2 Sampel 52
3.5 Metode Analisis Data 52
3.2 Uji Validitas 53
3.3 Uji Reliabilitas 54
3.4 Profil Kasus 55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 59
4.1 Deskripsi Data 60
4.1.1 Profil Responden 60
4.1.2 Persepsi Kualitas Layanan BLANJA 63
4.1.2.1 Uji Validitas Data Pelanggan Pria 63
4.1.2.2 Uji Validitas Data Pelanggan Wanita 68

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN LAYANAN SITUS MARKETPLACE "BLANJA" MENGGUNAKAN PENDEKATAN
E-SERVICE QUALITY DAN ANALYTIC HIERARCHY PROCESS
Cita Nurani L, KUNCORO HARTO WIDODO, Dr., M.Eng.
Universitas Gadjah Mada, 2018 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

4.1.2.3 Uji Reliabilitas Data Pelanggan Pria 72
4.1.2.4 Uji Reliabilitas Data Pelanggan Wanita 73
4.1.3 Perhitungan AHP 73
4.1.3.1 Pembobotan AHP Kriteria 74
4.1.3.2 Pembobotan AHP Sub Kriteria 77
4.2 Pembahasan 84
4.2.1 Pembahasan Hasil Perhitungan Bobot 87
4.2.1.1 *Security/Privacy* 87
4.2.1.2 *Customer Service* 92
4.2.1.3 *Fulfilment* 96
4.2.1.4 *Website Design* 100
4.2.1.4.1 *Price Offerings* 101
4.2.1.4.2 *Website Personalization* 103
4.2.1.4.3 *Information Quality* 105
4.2.1.4.4 *Website Aesthetics* 107
4.2.1.4.5 *Website Convenience* 109
4.2.1.4.6 *Product Selection* 110
4.2.1.4.7 *Merchandise Availability* 112
4.2.1.4.8 *System Availability* 114
4.2.1.4.9 *Purchase Process* 115
4.3 Usulan Perbaikan Layanan BLANJA 117
BAB V SIMPULAN 120
5.1 Simpulan 120
5.2 Implikasi 121
5.3 Keterbatasan 122
5.4 Rekomendasi dan Saran 123
DAFTAR PUSTAKA 125
LAMPIRAN 127

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
ANALISIS TINGKAT KEPUASAN LAYANAN SITUS MARKETPLACE "BLANJA" MENGGUNAKAN PENDEKATAN E-SERVICE QUALITY DAN ANALYTIC HIERARCHY PROCESS
Cita Nurani L, KUNCORO HARTO WIDODO, Dr., M.Eng.
Universitas Gadjah Mada, 2018 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Penelitian *E-Service Quality* Terdahulu 17
Tabel II.2 Kriteria yang Berpengaruh terhadap *E-Service Quality* 19
Tabel II.3 Pengaruh Jenis Kelamin terhadap Perilaku Belanja Daring 37
Tabel II.4 Skala Pemeringkatan Kriteria dan Alternatif 39
Tabel II.5 Pembobotan Penilaian Level 1 (Pathani dan Rasool, 2017) 42
Tabel II.6 Pembobotan Penilaian Level 2 (Pathani dan Rasool, 2017) 43
Tabel II.7 Nilai Rerata Pembobotan Level 1 (Pathani dan Rasool, 2017) 43
Tabel II.8 Nilai Rerata Pembobotan Level 1 dan 2 (Pathani dan Rasool, 2017) 43
Tabel III.1 Daftar Pertanyaan Kuesioner Bagian B 50
Tabel III.2 Daftar Pertanyaan Kuesioner Bagian C 50
Tabel IV.1 Uji Validitas Data Pelanggan Pria 63
Tabel IV.2 Uji Validitas Data Pelanggan Wanita 68
Tabel IV.3 Uji Reliabilitas Data Pelanggan Pria 72
Tabel IV.4 Uji Reliabilitas Data Pelanggan Wanita 73
Tabel IV.5 Jumlah Jawaban Empat Kriteria Pelanggan Pria 74
Tabel IV.6 Perhitungan Parameter Derajat Kepentingan AHP Level Kriteria Pria 75
Tabel IV.7 Konversi Derajat Kepentingan AHP Level Kriteria Pelanggan Pria 75
Tabel IV.8 Perbandingan Berpasangan Level Kriteria Pelanggan Pria 75
Tabel IV.9 Nilai Bobot AHP Level Kriteria Pelanggan Pria 76
Tabel IV.10 Jumlah Jawaban Empat Kriteria Pelanggan Wanita 76
Tabel IV.11 Perhitungan Parameter Derajat Kepentingan AHP Level Kriteria Wanita 76
Tabel IV.12 Konversi Derajat Kepentingan AHP Level Kriteria Pelanggan Wanita 77
Tabel IV.13 Perbandingan Berpasangan Level Kriteria Pelanggan Wanita 77
Tabel IV.14 Nilai Bobot AHP Level Kriteria Pelanggan Wanita 77

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
ANALISIS TINGKAT KEPUASAN LAYANAN SITUS MARKETPLACE "BLANJA" MENGGUNAKAN PENDEKATAN E-SERVICE QUALITY DAN ANALYTIC HIERARCHY PROCESS
Cita Nurani L, KUNCORO HARTO WIDODO, Dr., M.Eng.
Universitas Gadjah Mada, 2018 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Tabel IV.15 Jumlah Jawaban Sembilan Sub Kriteria *Website Design* Pelanggan Pria 78
Tabel IV.16 Perhitungan Parameter Derajat Kepentingan Sub Kriteria WD Pelanggan Pria 79
Tabel IV.17 Konversi Derajat Kepentingan AHP Level Sub Kriteria WD Pelanggan Pria 79
Tabel IV.18 Perbandingan Berpasangan Level Sub Kriteria WD Pelanggan Pria 80
Tabel IV.19 Nilai Bobot AHP Level Sub Kriteria *Website Design* Pria 80
Tabel IV.20 Jumlah Jawaban Level Sub Kriteria *Website Design* Wanita.....81
Tabel IV.21 Perhitungan Parameter Derajat Kepentingan Level Sub Kriteria WD Wanita 81
Tabel IV.22 Konversi Derajat Kepentingan AHP Level Sub Kriteria WD Wanita 81
Tabel IV.23 Perbandingan Berpasangan Level Sub Kriteria WD Wanita.....82
Tabel IV.24 Nilai Bobot AHP Level Sub Kriteria *Website Design* Wanita 82
Tabel IV.25 Perbandingan Nilai Bobot Level Kriteria Pelanggan Pria dan Wanita 86
Tabel IV.26 Frekuensi Jawaban Level Sub Kriteria *Security/Privacy* Pelanggan Pria 90
Tabel IV.27 Frekuensi Jawaban Level Sub Kriteria *Security*/*Privacy* Pelanggan Wanita 90
Tabel IV.28 Frekuensi Jawaban Level Sub Kriteria *Customer Service* Pelanggan Pria 93
Tabel IV.29 Frekuensi Jawaban Level Sub Kriteria *Customer Service* Pelanggan Wanita 95
Tabel IV.30 Frekuensi Jawaban Level Sub Kriteria *Fulfilment* Pelanggan Pria ...97
Tabel IV.31 Frekuensi Jawaban Level Sub Kriteria *Fulfilment* Pelanggan Wanita 100
Tabel IV.32 Frekuensi Jawaban Level Sub Kriteria *Price Offerings* Pelanggan Pria 102

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
ANALISIS TINGKAT KEPUASAN LAYANAN SITUS MARKETPLACE "BLANJA" MENGGUNAKAN PENDEKATAN E-SERVICE QUALITY DAN ANALYTIC HIERARCHY PROCESS
Cita Nurani L, KUNCORO HARTO WIDODO, Dr., M.Eng.
Universitas Gadjah Mada, 2018 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Tabel IV.33 Frekuensi Jawaban Level Sub Kriteria *Price Offerings* Pelanggan Wanita 103
Tabel IV.34 Frekuensi Jawaban Level Level *Website Personalization* Pelanggan Pria 104
Tabel IV.35 Frekuensi Jawaban Level *Website Personalization* Pelanggan Wanita 105
Tabel IV.36 Frekuensi Jawaban Level Sub Kriteria *Information Quality* Pelanggan Pria 106
Tabel IV.37 Frekuensi Jawaban Level Sub Kriteria *Information Quality* Pelanggan Wanita 107
Tabel IV.38 Frekuensi Jawaban Level Sub Kriteria *Website Aesthetics* Pelanggan Pria 108
Tabel IV.39 Frekuensi Jawaban Level Sub Kriteria *Website Aesthetics* Pelanggan Wanita 108
Tabel IV.40 Frekuensi Jawaban Level Sub Kriteria *Website Convenience* Pelanggan Pria 109
Tabel IV.41 Frekuensi Jawaban Level Sub Kriteria *Website Convenience* Pelanggan Wanita 110
Tabel IV.42 Frekuensi Jawaban Level Sub Kriteria *Product Selection* Pelanggan Pria 111
Tabel IV.43 Frekuensi Jawaban Level Sub Kriteria *Product Selection* Pelanggan Wanita 112
Tabel IV.44 Frekuensi Jawaban Level Sub Kriteria *Merchandise Availability* Pelanggan Pria 112
Tabel IV.45 Frekuensi Jawaban Level Sub Kriteria *Merchandise Availability* Wanita 113
Tabel IV.46 Frekuensi Jawaban Level Sub Kriteria *System Availability* Pelanggan Pria 114
Tabel IV.47 Frekuensi Jawaban Level Sub Kriteria *System Availability* Pelanggan Wanita 115

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
ANALISIS TINGKAT KEPUASAN LAYANAN SITUS MARKETPLACE "BLANJA" MENGGUNAKAN PENDEKATAN E-SERVICE QUALITY DAN ANALYTIC HIERARCHY PROCESS
Cita Nurani L, KUNCORO HARTO WIDODO, Dr., M.Eng.
Universitas Gadjah Mada, 2018 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Tabel IV.48 Frekuensi Jawaban Level Sub Kriteria *Purchase Process* Pelanggan Pria 116
Tabel IV.49 Frekuensi Jawaban Level Sub Kriteria *Purchase Process* Pelanggan Wanita 117
Tabel V.1 Rekomendasi Perbaikan Layanan BLANJA Berdasarkan *E-Service Quality* 123

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
ANALISIS TINGKAT KEPUASAN LAYANAN SITUS MARKETPLACE "BLANJA" MENGGUNAKAN PENDEKATAN E-SERVICE QUALITY DAN ANALYTIC HIERARCHY PROCESS
Cita Nurani L, KUNCORO HARTO WIDODO, Dr., M.Eng.
Universitas Gadjah Mada, 2018 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Pilihan Jasa Pengiriman BLANJA 23
Gambar II.2 Riwayat Transaksi 24
Gambar II.3 Tampilan Laman Situs BLANJA 24
Gambar II.4 Pilihan Produk BLANJA 27
Gambar II.5 Ketersediaan Barang BLANJA 28
Gambar II.6 Pilihan Metode Pembayaran BLANJA 30
Gambar II.7 Kebijakan Pengembalian Barang BLANJA 31
Gambar II.8 Kebijakan Garansi Dana BLANJA 32
Gambar II.9 Layanan Pelanggan BLANJA 33
Gambar II.10 Sertifikat SSL BLANJA 35
Gambar II.11 Verifikasi *Captcha* BLANJA 35
Gambar II.12 Kebijakan Privasi BLANJA 36
Gambar II.13 Contoh Model Hierarki AHP Pemilihan Lokasi 40
Gambar II.14 Penggunaan Model Hierarki Pemilihan Situs Terbaik 41
Gambar II.15 Hierarki AHP Berdasarkan *E-Service Quality* 44
Gambar III.1 Metodologi Penelitian 46
Gambar IV.1 Perbandingan Jumlah Responden Berdasarkan Usia dan Domisili .60
Gambar IV.2 Perbandingan Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan dan Pekerjaan 61
Gambar IV.3 Grafik Perbandingan Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 61
Gambar IV.4 Grafik Jumlah Responden Berdasarkan Perilaku Belanja Daring ...62
Gambar IV.5 Grafik Jumlah Responden Berdasarkan Penggunaan BLANJA 62
Gambar IV.6 Nilai Bobot Hierarki AHP Berdasarkan *E-Service Quality* Pelanggan Pria 83
Gambar IV.7 Nilai Bobot Hierarki AHP Berdasarkan *E-Service Quality* Pelanggan Wanita 84

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
ANALISIS TINGKAT KEPUASAN LAYANAN SITUS MARKETPLACE "BLANJA" MENGGUNAKAN PENDEKATAN E-SERVICE QUALITY DAN ANALYTIC HIERARCHY PROCESS
Cita Nurani L, KUNCORO HARTO WIDODO, Dr., M.Eng.
Universitas Gadjah Mada, 2018 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Gambar IV.8 Perbandingan Nilai Bobot Level Kriteria Pelanggan Pria dan Wanita 87
Gambar IV.9 Nilai Bobot Sub Kriteria *Security/Privacy* Pelanggan Pria 89
Gambar IV.10 Nilai Bobot Sub Kriteria *Security*/*Privacy* Pelanggan Wanita 91
Gambar IV.11 Nilai Bobot Sub Kriteria *Customer Service* Pelanggan Pria.....92
Gambar IV.12 Nilai Bobot Sub Kriteria *Customer Service* Pelanggan Wanita 94
Gambar IV.13 Nilai Bobot Level Sub Kriteria *Fulfilment* Pelanggan Pria 97
Gambar IV.14 Nilai Bobot Sub Kriteria *Fulfilment* Pelanggan Wanita 99
Gambar IV.15 Nilai Bobot Level Sub Kriteria *Website Design* Pelanggan Pria.100
Gambar IV.16 Nilai Bobot Level Sub Kriteria *Website Design* Pelanggan Wanita 101
Gambar IV.17 Usulan Prioritas Perbaikan Layanan BLANJA Preferensi Pelanggan Pria 118
Gambar IV.18 Usulan Prioritas Perbaikan Layanan BLANJA Preferensi Pelanggan Wanita 119

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
ANALISIS TINGKAT KEPUASAN LAYANAN SITUS MARKETPLACE "BLANJA" MENGGUNAKAN PENDEKATAN E-SERVICE QUALITY DAN ANALYTIC HIERARCHY PROCESS
Cita Nurani L, KUNCORO HARTO WIDODO, Dr., M.Eng.
Universitas Gadjah Mada, 2018 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Nilai r Tabel.....127
Lampiran 2 Data Kuesioner Penelitian Profil Pelanggan 128
Lampiran 3 Data Kuesioner Penelitian Tingkat Kepuasan Pelanggan Pria.....131
Lampiran 4 Data Kuesioner Penelitian Tingkat Kepuasan Pelanggan Wanita....132
Lampiran 5 Data Kuesioner Penelitian Tingkat Kepentingan Pelanggan Pria 133
Lampiran 6 Data Kuesioner Penelitian Tingkat Kepentingan Pelanggan Wanita 134
Lampiran 7 Jumlah Jawaban Tiga Sub Kriteria *Fulfilment* Pelanggan Pria.....135
Lampiran 8 Perhitungan Parameter Derajat Kepentingan Sub Kriteria *Fulfilment* Pelanggan Pria 135
Lampiran 9 Konversi Derajat Kepentingan AHP Level Sub Kriteria *Fulfilment* Pelanggan Pria 135
Lampiran 10 Perbandingan Berpasangan Level Sub Kriteria *Fulfilment* Pelanggan Pria 135
Lampiran 11 Nilai Bobot AHP Level Sub Kriteria *Fulfilment* Pelanggan Pria...135
Lampiran 12 Jumlah Jawaban Item Kuesioner *Timeliness of Delivery* Pelanggan Pria 135
Lampiran 13 Perhitungan Parameter Derajat Kepentingan *Timeliness of Delivery* Pelanggan Pria 136
Lampiran 14 Konversi Derajat Kepentingan AHP *Timeliness of Delivery* Pelanggan Pria 136
Lampiran 15 Perbandingan Berpasangan *Timeliness of Delivery* Pelanggan Pria 136
Lampiran 16 Nilai Bobot AHP *Timeliness of Delivery* Pelanggan Pria 136
Lampiran 17 Jumlah Jawaban Item Kuesioner *Order Accuracy* Pelanggan Pria 136
Lampiran 18 Perhitungan Parameter Derajat Kepentingan *Order Accuracy* Pelanggan Pria 136

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
ANALISIS TINGKAT KEPUASAN LAYANAN SITUS MARKETPLACE "BLANJA" MENGGUNAKAN PENDEKATAN E-SERVICE QUALITY DAN ANALYTIC HIERARCHY PROCESS
Cita Nurani L, KUNCORO HARTO WIDODO, Dr., M.Eng.
Universitas Gadjah Mada, 2018 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Lampiran 19 Konversi Derajat Kepentingan AHP *Order Accuracy* Pelanggan Pria 137
Lampiran 20 Perbandingan Berpasangan *Order Accuracy* Pelanggan Pria 137
Lampiran 21 Nilai Bobot AHP Item Kuesioner *Order Accuracy* Pelanggan Pria 137
Lampiran 22 Jumlah Jawaban Dua Sub Kriteria *Customer Service* Pelanggan Pria 137
Lampiran 23 Perhitungan Parameter Derajat Kepentingan Level Sub Kriteria CS Pelanggan Pria 137
Lampiran 24 Konversi Derajat Kepentingan AHP Level Sub Kriteria CS Pelanggan Pria 137
Lampiran 25 Perbandingan Berpasangan Level Sub Kriteria CS Pelanggan Pria 137
Lampiran 26 Nilai Bobot AHP Level Sub Kriteria *Customer Service* Pelanggan Pria 138
Lampiran 27 Jumlah Jawaban Item Kuesioner *Service Level* Pelanggan Pria 138
Lampiran 28 Perhitungan Parameter Derajat Kepentingan *Service Level* Pelanggan Pria 138
Lampiran 29 Konversi Derajat Kepentingan AHP *Service Level* Pelanggan Pria 138
Lampiran 30 Perbandingan Berpasangan *Service Level* Pelanggan Pria.....138
Lampiran 31 Nilai Bobot AHP Item Kuesioner *Service Level* Pelanggan Pria...138
Lampiran 32 Jumlah Jawaban Item Kuesioner *Return Handling*/*Policies* Pelanggan Pria 138
Lampiran 33 Perhitungan Parameter Derajat Kepentingan *Return Handling*/*Policies* Pelanggan Pria 139
Lampiran 34 Konversi Derajat Kepentingan AHP *Return Handling/Policies* Pelanggan Pria 139
Lampiran 35 Perbandingan Berpasangan *Return Handling/Policies* Pelanggan Pria 139

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
ANALISIS TINGKAT KEPUASAN LAYANAN SITUS MARKETPLACE "BLANJA" MENGGUNAKAN PENDEKATAN E-SERVICE QUALITY DAN ANALYTIC HIERARCHY PROCESS
Cita Nurani L, KUNCORO HARTO WIDODO, Dr., M.Eng.
Universitas Gadjah Mada, 2018 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Lampiran 36 Nilai Bobot AHP Item Kuesioner *Return Handling/Policies* Pelanggan Pria 139
Lampiran 37 Jumlah Jawaban Dua Sub Kriteria *Security/Privacy* Pelanggan Pria 139
Lampiran 38 Perhitungan Parameter Derajat Kepentingan *Security/Privacy* Pelanggan Pria 139
Lampiran 39 Konversi Derajat Kepentingan AHP *Security/Privacy* Pelanggan Pria 139
Lampiran 40 Perbandingan Berpasangan *Security/Privacy* Pelanggan Pria.....140
Lampiran 41 Nilai Bobot AHP Level Sub Kriteria *Security/Privacy* Pelanggan Pria 140
Lampiran 42 Jumlah Jawaban Item Kuesioner *Security* Pelanggan Pria.....140
Lampiran 43 Perhitungan Parameter Derajat Kepentingan *Security* Pelanggan Pria 140
Lampiran 44 Konversi Derajat Kepentingan AHP *Security* Pelanggan Pria.....140
Lampiran 45 Perbandingan Berpasangan *Security* Pelanggan Pria 140
Lampiran 46 Nilai Bobot AHP Item Kuesioner *Security* Pelanggan Pria 140
Lampiran 47 Jumlah Jawaban Item Kuesioner *Privacy* Pelanggan Pria 140
Lampiran 48 Perhitungan Parameter Derajat Kepentingan *Privacy* Pelanggan Pria 141
Lampiran 49 Konversi Derajat Kepentingan AHP *Privacy* Pelanggan Pria.....141
Lampiran 50 Perbandingan Berpasangan *Privacy* Pelanggan Pria.....141
Lampiran 51 Nilai Bobot AHP Item Kuesioner *Privacy* Pelanggan Pria.....141
Lampiran 52 Jumlah Jawaban Item Kuesioner *Website Aesthetics* Pelanggan Pria 141
Lampiran 53 Perhitungan Parameter Derajat Kepentingan *Website Aesthetics* Pelanggan Pria 141
Lampiran 54 Konversi Derajat Kepentingan AHP *Website Aesthetics* Pelanggan Pria 141
Lampiran 55 Perbandingan Berpasangan *Website Aesthetics* Pelanggan Pria 142

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
ANALISIS TINGKAT KEPUASAN LAYANAN SITUS MARKETPLACE "BLANJA" MENGGUNAKAN PENDEKATAN E-SERVICE QUALITY DAN ANALYTIC HIERARCHY PROCESS
Cita Nurani L, KUNCORO HARTO WIDODO, Dr., M.Eng.
Universitas Gadjah Mada, 2018 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Lampiran 56 Nilai Bobot AHP Item Kuesioner *Website Aesthetics* Pelanggan Pria 142
Lampiran 57 Jumlah Jawaban Item Kuesioner *Purchase Process* Pelanggan Pria 142
Lampiran 58 Perhitungan Parameter Derajat Kepentingan *Purchase Process* Pelanggan Pria 142
Lampiran 59 Konversi Derajat Kepentingan AHP *Purchase Process* Pelanggan Pria 142
Lampiran 60 Perbandingan Berpasangan *Purchase Process* Pelanggan Pria 142
Lampiran 61 Nilai Bobot AHP Item Kuesioner *Purchase Process* Pelanggan Pria 142
Lampiran 62 Jumlah Jawaban Item Kuesioner *Website Convenience* Pelanggan Pria 143
Lampiran 63 Perhitungan Parameter Derajat Kepentingan *Website Convenience* Pelanggan Pria 143
Lampiran 64 Konversi Derajat Kepentingan AHP *Website Convenience* Pelanggan Pria 143
Lampiran 65 Perbandingan Berpasangan *Website Convenience* Pelanggan Pria 143
Lampiran 66 Nilai Bobot AHP Item Kuesioner *Website Convenience* Pelanggan Pria 143
Lampiran 67 Jumlah Jawaban Item Kuesioner *Product Selection* Pelanggan Pria 143
Lampiran 68 Perhitungan Parameter Derajat Kepentingan *Product Selection* Pelanggan Pria 143
Lampiran 69 Konversi Derajat Kepentingan AHP *Product Selection* Pelanggan Pria 144
Lampiran 70 Perbandingan Berpasangan *Product Selection* Pelanggan Pria.....144
Lampiran 71 Nilai Bobot AHP Item Kuesioner *Product Selection* Pelanggan Pria 144

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
ANALISIS TINGKAT KEPUASAN LAYANAN SITUS MARKETPLACE "BLANJA" MENGGUNAKAN PENDEKATAN E-SERVICE QUALITY DAN ANALYTIC HIERARCHY PROCESS
Cita Nurani L, KUNCORO HARTO WIDODO, Dr., M.Eng.
Universitas Gadjah Mada, 2018 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Lampiran 72 Jumlah Jawaban Item Kuesioner *Merchandise Availability* Pelanggan Pria 144
Lampiran 73 Perhitungan Parameter Derajat Kepentingan *Merchandise Availability* Pelanggan Pria 144
Lampiran 74 Konversi Derajat Kepentingan AHP *Merchandise Availability* Pelanggan Pria 144
Lampiran 75 Perbandingan Berpasangan *Merchandise Availability* Pelanggan Pria 144
Lampiran 76 Nilai Bobot AHP Item Kuesioner *Merchandise Availability* Pelanggan Pria 145
Lampiran 77 Jumlah Jawaban Item Kuesioner *Price Offerings* Pelanggan Pria .145
Lampiran 78 Perhitungan Parameter Derajat Kepentingan *Price Offerings* Pelanggan Pria 145
Lampiran 79 Konversi Derajat Kepentingan AHP *Price Offerings* Pelanggan Pria 145
Lampiran 80 Perbandingan Berpasangan *Price Offerings* Pelanggan Pria 145
Lampiran 81 Nilai Bobot AHP Item Kuesioner *Price Offerings* Pelanggan Pria145
Lampiran 82 Jumlah Jawaban Item Kuesioner *Website Personalization* Pelanggan Pria 145
Lampiran 83 Perhitungan Parameter Derajat Kepentingan *Website Personalization* Pelanggan Pria 146
Lampiran 84 Konversi Derajat Kepentingan AHP *Website Personalization* Pelanggan Pria 146
Lampiran 85 Perbandingan Berpasangan *Website Personalization* Pelanggan Pria 146
Lampiran 86 Nilai Bobot AHP Item Kuesioner *Website Personalization* Pelanggan Pria 146
Lampiran 87 Jumlah Jawaban Item Kuesioner *System Availability* Pelanggan Pria 146

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
ANALISIS TINGKAT KEPUASAN LAYANAN SITUS MARKETPLACE "BLANJA" MENGGUNAKAN PENDEKATAN E-SERVICE QUALITY DAN ANALYTIC HIERARCHY PROCESS
Cita Nurani L, KUNCORO HARTO WIDODO, Dr., M.Eng.
Universitas Gadjah Mada, 2018 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Lampiran 88 Perhitungan Parameter Derajat Kepentingan *System Availability* Pelanggan Pria 146
Lampiran 89 Konversi Derajat Kepentingan AHP *System Availability* Pelanggan Pria 147
Lampiran 90 Perbandingan Berpasangan *System Availability* Pelanggan Pria ...147
Lampiran 91 Nilai Bobot AHP Item Kuesioner *System Availability* Pelanggan Pria 147
Lampiran 92 Jumlah Jawaban Tiga Sub Kriteria *Fulfilment* Pelanggan Wanita.147
Lampiran 93 Perhitungan Parameter Derajat Kepentingan *Fulfilment* Pelanggan Wanita 147
Lampiran 94 Konversi Derajat Kepentingan AHP Level Sub Kriteria *Fulfilment* Pelanggan Wanita 147
Lampiran 95 Perbandingan Berpasangan Level Sub Kriteria *Fulfilment* Pelanggan Wanita 147
Lampiran 96 Nilai Bobot AHP Level Sub Kriteria *Fulfilment* Pelanggan Wanita 148
Lampiran 97 Jumlah Jawaban Item Kuesioner *Timeliness of Delivery* Pelanggan Wanita 148
Lampiran 98 Perhitungan Parameter Derajat Kepentingan *Timeliness of Delivery* Pelanggan Wanita 148
Lampiran 99 Konversi Derajat Kepentingan AHP *Timeliness of Delivery* Pelanggan Wanita 148
Lampiran 100 Perbandingan Berpasangan *Timeliness of Delivery* Pelanggan Wanita 148
Lampiran 101 Nilai Bobot AHP *Timeliness of Delivery* Pelanggan Wanita 148
Lampiran 102 Jumlah Jawaban Item Kuesioner *Order Accuracy* Pelanggan Wanita 148
Lampiran 103 Perhitungan Parameter Derajat Kepentingan *Order Accuracy* Pelanggan Wanita 149

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
ANALISIS TINGKAT KEPUASAN LAYANAN SITUS MARKETPLACE "BLANJA" MENGGUNAKAN PENDEKATAN E-SERVICE QUALITY DAN ANALYTIC HIERARCHY PROCESS
Cita Nurani L, KUNCORO HARTO WIDODO, Dr., M.Eng.
Universitas Gadjah Mada, 2018 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Lampiran 104 Konversi Derajat Kepentingan AHP *Order Accuracy* Pelanggan Wanita 149
Lampiran 105 Perbandingan Berpasangan *Order Accuracy* Pelanggan Pelanggan Wanita 149
Lampiran 106 Nilai Bobot AHP Item Kuesioner *Order Accuracy* Pelanggan Pelanggan Wanita 149
Lampiran 107 Jumlah Jawaban Item Kuesioner *Delivery Condition* Pelanggan Wanita 149
Lampiran 108 Perhitungan Parameter Derajat Kepentingan *Delivery Condition* Pelanggan Wanita 149
Lampiran 109 Konversi Derajat Kepentingan AHP *Delivery Condition* Pelanggan Wanita 149
Lampiran 110 Perbandingan Berpasangan *Delivery Condition* Pelanggan Wanita 150
Lampiran 111 Nilai Bobot AHP Item Kuesioner *Delivery Condition* Pelanggan Wanita 150
Lampiran 112 Jumlah Jawaban Dua Sub Kriteria *Customer Service* Wanita 150
Lampiran 113 Perhitungan Parameter Derajat Kepentingan Level Sub Kriteria CS Pelanggan Wanita 150
Lampiran 114 Konversi Derajat Kepentingan AHP Level Sub Kriteria CS Pelanggan Wanita 150
Lampiran 115 Perbandingan Berpasangan Level Sub Kriteria CS Wanita 150
Lampiran 116 Nilai Bobot AHP Level Sub Kriteria *Customer Service* Pelanggan Wanita 150
Lampiran 117 Jumlah Jawaban Item Kuesioner *Service Level* Pelanggan Wanita 151
Lampiran 118 Perhitungan Parameter Derajat Kepentingan *Service Level* Pelanggan Wanita 151
Lampiran 119 Konversi Derajat Kepentingan AHP *Service Level* Pelanggan Wanita 151

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
ANALISIS TINGKAT KEPUASAN LAYANAN SITUS MARKETPLACE "BLANJA" MENGGUNAKAN PENDEKATAN E-SERVICE QUALITY DAN ANALYTIC HIERARCHY PROCESS
Cita Nurani L, KUNCORO HARTO WIDODO, Dr., M.Eng.
Universitas Gadjah Mada, 2018 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Lampiran 120 Perbandingan Berpasangan *Service Level* Pelanggan Wanita.....151
Lampiran 121 Nilai Bobot AHP Item Kuesioner *Service Level* Pelanggan Wanita 151
Lampiran 122 Jumlah Jawaban Item Kuesioner *Return Handling*/*Policies* Pelanggan Wanita 151
Lampiran 123 Perhitungan Parameter Derajat Kepentingan *RHP* Pelanggan Wanita 152
Lampiran 124 Konversi Derajat Kepentingan AHP *Return Handling/Policies* Pelanggan Wanita 152
Lampiran 125 Perbandingan Berpasangan *Return Handling/Policies* Pelanggan Wanita 152
Lampiran 126 Nilai Bobot AHP Item Kuesioner *Return Handling/Policies* Pelanggan Wanita 152
Lampiran 127 Jumlah Jawaban Dua Sub Kriteria *Security/Privacy* Pelanggan Wanita 152
Lampiran 128 Perhitungan Parameter Derajat Kepentingan *Security/Privacy* Pelanggan Wanita 152
Lampiran 129 Konversi Derajat Kepentingan AHP *Security/Privacy* Pelanggan Wanita 152
Lampiran 130 Perbandingan Berpasangan *Security/Privacy* Pelanggan Wanita 153
Lampiran 131 Nilai Bobot AHP Level Sub Kriteria *Security/Privacy* Pelanggan Wanita 153
Lampiran 132 Jumlah Jawaban Item Kuesioner *Security* Pelanggan Wanita.....153
Lampiran 133 Perhitungan Parameter Derajat Kepentingan *Security* Pelanggan Wanita 153
Lampiran 134 Konversi Derajat Kepentingan AHP *Security* Pelanggan Wanita 153
Lampiran 135 Perbandingan Berpasangan *Security* Pelanggan Wanita 153
Lampiran 136 Nilai Bobot AHP Item Kuesioner *Security* Pelanggan Wanita 153
Lampiran 137 Jumlah Jawaban Item Kuesioner *Privacy* Pelanggan Wanita 153

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
ANALISIS TINGKAT KEPUASAN LAYANAN SITUS MARKETPLACE "BLANJA" MENGGUNAKAN PENDEKATAN E-SERVICE QUALITY DAN ANALYTIC HIERARCHY PROCESS
Cita Nurani L, KUNCORO HARTO WIDODO, Dr., M.Eng.
Universitas Gadjah Mada, 2018 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Lampiran 138 Perhitungan Parameter Derajat Kepentingan *Privacy* Pelanggan Wanita 154
Lampiran 139 Konversi Derajat Kepentingan AHP *Privacy* Pelanggan Wanita 154
Lampiran 140 Perbandingan Berpasangan *Privacy* Pelanggan Wanita 154
Lampiran 141 Nilai Bobot AHP Item Kuesioner *Privacy* Pelanggan Wanita 154
Lampiran 142 Jumlah Jawaban Item Kuesioner *Information Quality* Pelanggan Wanita 154
Lampiran 143 Perhitungan Parameter Derajat Kepentingan *Information Quality* Pelanggan Wanita 154
Lampiran 144 Konversi Derajat Kepentingan AHP *Information Quality* Pelanggan Wanita 154
Lampiran 145 Perbandingan Berpasangan *Information Quality* Pelanggan Wanita 155
Lampiran 146 Nilai Bobot AHP Item Kuesioner *Information Quality* Pelanggan Wanita 155
Lampiran 147 Jumlah Jawaban Item Kuesioner *Website Aesthetics* Pelanggan Wanita 155
Lampiran 148 Perhitungan Parameter Derajat Kepentingan *Website Aesthetics* Pelanggan Wanita 155
Lampiran 149 Konversi Derajat Kepentingan AHP *Website Aesthetics* Pelanggan Wanita 155
Lampiran 150 Perbandingan Berpasangan *Website Aesthetics* Pelanggan Wanita 155
Lampiran 151 Nilai Bobot AHP Item Kuesioner *Website Aesthetics* Pelanggan Wanita 155
Lampiran 152 Jumlah Jawaban Item Kuesioner *Purchase Process* Pelanggan Wanita 156
Lampiran 153 Perhitungan Parameter Derajat Kepentingan *Purchase Process* Pelanggan Wanita 156

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
ANALISIS TINGKAT KEPUASAN LAYANAN SITUS MARKETPLACE "BLANJA" MENGGUNAKAN PENDEKATAN E-SERVICE QUALITY DAN ANALYTIC HIERARCHY PROCESS
Cita Nurani L, KUNCORO HARTO WIDODO, Dr., M.Eng.
Universitas Gadjah Mada, 2018 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Lampiran 154 Konversi Derajat Kepentingan AHP *Purchase Process* Pelanggan Wanita 156
Lampiran 155 Perbandingan Berpasangan *Purchase Process* Pelanggan Wanita 156
Lampiran 156 Nilai Bobot AHP Item Kuesioner *Purchase Process* Pelanggan Wanita 156
Lampiran 157 Jumlah Jawaban Item Kuesioner *Website Convenience* Pelanggan Wanita 156
Lampiran 158 Perhitungan Parameter Derajat Kepentingan *Website Convenience* Pelanggan Wanita 156
Lampiran 159 Konversi Derajat Kepentingan AHP *Website Convenience* Pelanggan Wanita 157
Lampiran 160 Perbandingan Berpasangan *Website Convenience* Pelanggan Wanita 157
Lampiran 161 Nilai Bobot AHP Item Kuesioner *Website Convenience* Pelanggan Wanita 157
Lampiran 162 Jumlah Jawaban Item Kuesioner *Product Selection* Pelanggan Wanita 157
Lampiran 163 Perhitungan Parameter Derajat Kepentingan *Product Selection* Pelanggan Wanita 157
Lampiran 164 Konversi Derajat Kepentingan AHP *Product Selection* Pelanggan Wanita 157
Lampiran 165 Perbandingan Berpasangan *Product Selection* Pelanggan Wanita 157
Lampiran 166 Nilai Bobot AHP Item Kuesioner *Product Selection* Pelanggan Wanita 157
Lampiran 167 Jumlah Jawaban Item Kuesioner *Merchandise Availability* Pelanggan Wanita 158
Lampiran 168 Perhitungan Parameter Derajat Kepentingan *MA* Pelanggan Wanita 158

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
ANALISIS TINGKAT KEPUASAN LAYANAN SITUS MARKETPLACE "BLANJA" MENGGUNAKAN PENDEKATAN E-SERVICE QUALITY DAN ANALYTIC HIERARCHY PROCESS
Cita Nurani L, KUNCORO HARTO WIDODO, Dr., M.Eng.
Universitas Gadjah Mada, 2018 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Lampiran 169 Konversi Derajat Kepentingan AHP *Merchandise Availability* Pelanggan Wanita 158
Lampiran 170 Perbandingan Berpasangan *Merchandise Availability* Pelanggan Wanita 158
Lampiran 171 Nilai Bobot AHP Item Kuesioner *Merchandise Availability* Pelanggan Wanita 158
Lampiran 172 Jumlah Jawaban Item Kuesioner *Price Offerings* Pelanggan Wanita 158
Lampiran 173 Perhitungan Parameter Derajat Kepentingan *PO* Pelanggan Wanita 158
Lampiran 174 Konversi Derajat Kepentingan AHP *Price Offerings* Pelanggan Wanita 159
Lampiran 175 Perbandingan Berpasangan *Price Offerings* Pelanggan Wanita ..159
Lampiran 176 Nilai Bobot AHP Item Kuesioner *Price Offerings* Pelanggan Wanita 159
Lampiran 177 Jumlah Jawaban Item Kuesioner *Website Personalization* Pelanggan Wanita 159
Lampiran 178 Perhitungan Parameter Derajat Kepentingan *Website Personalization* Pelanggan Wanita 159
Lampiran 179 Konversi Derajat Kepentingan AHP *Website Personalization* Pelanggan Wanita 159
Lampiran 180 Perbandingan Berpasangan *Website Personalization* Pelanggan Wanita 159
Lampiran 181 Nilai Bobot AHP Item Kuesioner *Website Personalization* Pelanggan Wanita 160
Lampiran 182 Jumlah Jawaban Item Kuesioner *System Availability* Pelanggan Wanita 160
Lampiran 183 Perhitungan Parameter Derajat Kepentingan *System Availability* Pelanggan Wanita 160

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
ANALISIS TINGKAT KEPUASAN LAYANAN SITUS MARKETPLACE "BLANJA" MENGGUNAKAN PENDEKATAN E-SERVICE QUALITY DAN ANALYTIC HIERARCHY PROCESS
Cita Nurani L, KUNCORO HARTO WIDODO, Dr., M.Eng.
Universitas Gadjah Mada, 2018 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Lampiran 184 Konversi Derajat Kepentingan AHP *System Availability* vWanita 160
Lampiran 185 Perbandingan Berpasangan *System Availability* Pelanggan Wanita 160
Lampiran 186 Nilai Bobot AHP Item Kuesioner *System Availability* Pelanggan Wanita 160
Lampiran 187 Ide dan Harapan Pelanggan terhadap BLANJA 161

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN LAYANAN SITUS MARKETPLACE "BLANJA" MENGGUNAKAN PENDEKATAN
E-SERVICE QUALITY DAN ANALYTIC HIERARCHY PROCESS
Cita Nurani L, KUNCORO HARTO WIDODO, Dr., M.Eng.
Universitas Gadjah Mada, 2018 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR SINGKATAN

AHP	: *Analytical Hierarchy Process*
APJII	: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia
B2C	: *Business to Consumer*
BUMN	: Badan Usaha Milik Negara
C2C	: *Consumer to Consumer*
CI	: *Consistency Indeks*
E-Commerce	: *Electronic Commerce* atau perdagangan elektronik
E-Recs-Qual	: *Electronic Recovery Quality*
E-S-Qual	: *Electronic Service Quality*
E-Satisfaction	: *Electronic Satisfaction* atau tingkat kepuasan layanan elektronik
E-Service Quality	: *Electronic Service Quality* atau kualitas pelayanan layanan elektronik
ICT	: *Information & Communication Technology*
Jabodetabek	: Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi
Moment of Truth	: Waktu pembuktian pelayanan
SERVQUAL	: *Service Quality* atau kualitas layanan
SITEQUAL	: *Site Quality* atau kualitas situs
TI	: Teknologi Informasi
WEBQUAL	: *Website Quality* atau kualitas situs web