

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
INTISARI.....	xv
ABSTRAK	xvi
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusah Masalah	4
1.3 Batasan Penelitian	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
II. LANDASAN TEORI	7
2.1 Konsumen.....	7

2.1.1. Perilaku Konsumen	7
2.1.2. Preferensi Konsumen.....	8
2.2 Platform Marketplace	10
2.2.1. E-Commerce	10
2.1.2. Marketplace	10
2.3 Faktor dan Atribut	12
2.3.1. Faktor.....	12
2.3.2. Atribut.....	12
2.4 Analytical Hierarchy Process (AHP).....	15
2.5 Software Super Decision 2.6.0-RC1	21
III. METODE PENELITIAN	23
3.1 Obyek Penelitian	23
3.1.1. Tempat.....	23
3.1.2. Obyek yang diteliti	23
3.1.3. Waktu	23
3.2 Populasi dan Sampel.....	23
3.2.1. Populasi Penelitian	23
3.2.2. Sampel Penelitian	24
3.3 Metode Analisis Data	25
3.3.1. Metode Analytical Hierarchy Process (AHP).....	25
3.3.2. Pengerjaan AHP dengan Software Super Decision 2.6.0-RC1.....	28
3.4 Jenis dan Cara Pengumpulan Data	29
3.4.1. Data Primer.....	29
3.4.2. Data Sekunder	29
3.5 Tahapan Penelitian	29

IV. PEMBAHASAN	35
4.1 Identifikasi Atribut	35
4.2 Profil Responden	38
4.3 Perbandingan Berpasangan	43
4.4 Hasil Prioritas <i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP).....	48
V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	61
5.1 Kesimpulan.....	61
5.2 Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN	69