



## Penentuan Jasa Online Shop Menggunakan Metode AHP sebagai Pendukung Keputusan dalam Pembelian

Yesi Indian Ariska<sup>1)</sup>; Suprian Fikril Mukmin<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup> Department of Management, Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

<sup>2)</sup> Study Program of Digital Business Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

Email: <sup>1)</sup> [yesiindian@yahoo.com](mailto:yesiindian@yahoo.com)

### How to Cite :

Ariska, Y., Mukmin, S.F. (2022). Penentuan Jasa Online Shop Menggunakan Metode AHP sebagai Pendukung Keputusan dalam Pembelian. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1). DOI: <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i1>

### ARTICLE HISTORY

Received [19 November 2021]

Revised [20 Desember 2021]

Accepted [12 Januari 2022]

### KEYWORDS

Online Shop Service Application, Analytic Hierarchy Process (AHP).

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



### ABSTRAK

Online Shop merupakan salah satu cara masyarakat saat ini dalam melakukan transaksi penjualan dan pembelian untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Online shop bukan merupakan hal yang tabu bagi masyarakat saat ini khususnya masyarakat di Indonesia dengan jumlah 170 juta orang penduduk pengguna aktif internet atau media sosial. Untuk pengelolaan data dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan data primer yang diambil langsung melalui penyebaran kuesioner AHP. Kuesioner tersebut akan dibagikan kepada 10 responden sebagai perwakilan dari populasi. Adapun teknik pengambilan sampel yang dipergunakan dalam penelitian ini yaitu Teknik *Purposive Sampling* dimana penyebaran kuesioner ke responden telah dipilih atau ditentukan dengan tujuan tertentu. Responden dalam penelitian ini yaitu masyarakat yang tinggal di Perumahan Griya Rawa Makmur Bengkulu yang pernah menggunakan atau telah melakukan pembelian secara online pada tiga aplikasi yang sedang diteliti. Hal ini dikarenakan untuk mengetahui tingkat perbandingan nilai antara kualitas jasa pembelanjaan secara online dari tiga aplikasi yaitu: Tokopedia, Shoppe dan Lazada.

Berdasarkan hasil penghitungan nilai bobot prioritas pada jasa online shop diperoleh nilai bobot prioritas untuk unsure reability yakni sebesar 46,87%, unsure Responssiveness 21,10, unsure assurance 8.58, unsure emphaty 14.31%, sedangkan untuk unsure tangible 9.14%. Berdasarkan hasil penghitungan nilai Total bobot untuk jasa online shope, maka jasa online shope shopee merupakan jasa tertinggi yang diminati hal ini dapat terlihat dari nilai bobot mencapai 0.5186 atau 51.86%.

### ABSTRACT

*Online Shop is one of the ways people today make sales and purchases transactions to meet the needs of the community. Online shopping is not a taboo subject for today's society, especially people in Indonesia, with a population of 170 million active users of the internet or social media. For data management in this study, researchers will use primary data taken directly through the distribution of the AHP questionnaire. The questionnaire will be distributed to 10 respondents as representatives of the population. The sampling technique used in this research is the Technique in Purposive Sampling which the distribution of the questionnaire to the respondents has been selected or determined with a specific purpose. Respondents in this study are people who live in Griya Rawa Makmur Bengkulu Housing who have used or have made online purchases on the three applications being studied. This is because to determine the level of value comparison between the*

*quality of online shopping services from three applications, namely: Tokopedia, Shopee and Lazada.*

*Based on the results of calculating the priority weight value for online shop services, the priority weight value for the reliability element is 46.87%, the Responsiveness element is 21.10, the assurance element is 8.58, the empathy element is 14.31%, while for the tangible element it is 9.14%. Based on the results of calculating the total weight value for shopee online services, shopee online services are the highest services in demand, this can be seen from the weight value reaching 0.5186 or 51.86%.*

## PENDAHULUAN

Dalam dunia digital saat ini, perkembangan usaha bisnis yang antusias seiring dengan banyaknya permintaan masyarakat terhadap barang dan jasa dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. maka untuk menjaga agar pelaku bisnis dapat memenuhi permintaan konsumen, pelaku bisnis harus memberikan kepuasan yang tertinggi untuk konsumennya.

Pada Zaman Modern Teknologi digital berkembang sangat pesat, hal ini dapat terlihat dari banyaknya aktivitas yang dapat dilakukan secara online dengan bantuan teknologi. Contohnya saja gaya hidup masyarakat khususnya di perkotaan dengan kegiatan di luar rumah yang menyita waktu serta tenaga akhirnya menimbulkan sebagian orang lebih suka berbelanja secara online atau menggunakan media sosial.

Online Shop merupakan salah satu cara masyarakat saat ini dalam melakukan transaksi penjualan dan pembelian untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Online shop bukan merupakan hal yang tabu bagi masyarakat saat ini khususnya masyarakat di Indonesia dengan jumlah 170 juta orang penduduk pengguna aktif internet atau media sosial. Adapun defenisi dari Online Shop yakni, suatu proses dimana pembeli menentukan barang dan jasa yang akan mereka beli dari penjual melalui internet, diaman anatara penjual dan pembeli tidak pernah bertatap muka secara langsung, dan barang atau jasa yang ditawarkan hanya melalui tampilan display atau contoh barang atau hanya gambar saja yang tersedia di websaite atau diskripsi tokonya.

Salah satu keuntungan dari berbelanja online yakni harga barang yang lebih murah karena produsen dapat menekan biaya produksi, keuntungan lain yakni barang antar langsung ke alamat pengirim tanpa harus mengunjungi toko/gudang/pedagang secara langsung, jam operasional dari transaksi perdagangan juga tidak ada batasan artinya konsumen dapat memilih dan membuat keputusan untuk membeli pada setiap waktu. Dari berbagai keuntungan yang telah disebutkan maka para pelaku bisnis atau produsen mudah untuk keluar masuk pasar, dengan biaya murah, serta tanpa batas wilayah. Dengan wilayah pemasaran yang luas, maka pembeli mudah untuk mendapatkan barang yang mereka inginkan, yang selanjutnya barang tersebut akan dikirim melalui jasa ekspedisi.

Dari pengamatan penulis, masyarakat sebenarnya sangat membutuhkan online shop dengan memberikan kualitas yang terbaik. Kualitas terbaik tersebut dapat diukur dari *reliability* (barang yang dijual mengikuti trand pada saat ini, terdapat bermacam pilihan jenis barang, Teknik pembayaran yang mudah, dan terdapat kesesuaian dantara barang yang dipesan dengan yang diterima), *Responsiveness* (adanya pusat bantuan informasi, dalam melakukan transaksi mudah dan cepat, ketepatan waktu dalam pengiriman, dan dalam hal pelayananan cepat dan tanggap), *assurance* (adanya jamanian terhadap produk asli, pengemasan yang rapi, dan bila perlu adanya garansi pada saat pengiriman barang), *tangible* (website atau aplikasi yang disediakan menarik konsumen dan mudah untuk diakses, menampilkan menu-menu yang menarik, dan fasilitas dalam pelayanan lengkap), *emphaty* ( harga yang ditawarkan terjangkau, terdapat tempat menyampaikan kritik dan saran, memberikan potongan harga atau diskon, serta memberikan keramahan dalam pengiriman barang). Melalui metode AHP dapat diketahui keinginan pelanggan/konsumen pada masa ini dengan cara membandingkan beberapa online Shop agar nantinya dapat diberikan rengking dengan skala prioritas yang paling tinggi. Untuk mengukur hal tersebut, penulis mengambil 3

aplikasi online shop yang sering digunakan yang nantinya akan di analisis dengan bantuan AHP yaitu: online shop Lazada, online shop Shopee dan Online Shope Tokopedia.

Dari uraian yang telah dijabarkan di atas, maka penulis akan menganalisis dan membahas penentuan jasa online shop menggunakan bantuan metode AHP sebagai pendukung keputusan dalam pembelian.

## LANDASAN TEORI

### **Online Shop**

Menurut Wikipedia “ Online Shop adalah perdagangan secara elektronik yang mempunyai makna pembelian, penjualan atau pemasaran atas barang dan jasa melalui sistem elektronik misalnya saja media internet, media televise atau melalui media website dan melalui media lain yang tidak mengharuskan pembeli dan penjual atau pemasar bertemu secara langsung.

Adapun Aplikasi Online Shop yang akan dibahas dalam penelitian ini:

#### 1. Lazada

Lazada berdiri pada tahun 2012 yang merupakan salah satu cabang dari jaringan retail online Lazada di Asia Tenggara. Aplikasi Online Shope Lazada merupakan pusat belanja *online* yang menawarkan berbagai macam jenis produk mulai dari elektronik, buku, mainan anak dan perlengkapan bayi, alat kesehatan dan produk kecantikan, peralatan rumah tangga, dan perlengkapan traveling dan olahraga.

#### 2. Aplikasi Shopee

Pada awal tahun 2015 aplikasi Shopee meluncurkan aplikasi belanja online di kawasan Asia Tenggara, termasuk Malaysia, Thailand, Filipina dan Taiwan, Serta Singapura dan Vietnam. Aplikasi online shop ini menawarkan berbagai macam produk, dilengkapi dengan metode pembayaran yang aman, layanan pengiriman yang terhubung dengan menu sosial yang inovatif dan kreatif untuk memberikan kesan transaksi jual beli menjadi lebih menyenangkan, lebih aman, dan praktis.

#### 3. *Aplikasi Tokopedia*

Aplikasi belanja online Tokopedia diluncurkan di Indonesia pada tanggal 17 Agustus 2009 dan diberi penghargaan oleh PT Tokopedia yang didirikan oleh William Tanuwijaya dan Leontinus Alpha Edison pada tanggal 6 Februari 2009. Dari pertama diluncurkannya aplikasi ini, PT Tokopedia berhasil menjadikan salah satu perusahaan penjualan online melalui internet yang ada di Indonesia dengan pertumbuhan yang cukup pesat.

### **Kualitas Pelayanan**

Wayan (2012:72) memberikan gambaran mengenai lima dimensi dalam mengukur kualitas pelayanan, kelima dimensi tersebut menunjukkan penilaian mengenai persepsi pada dimensi tertentu saja. Berikut akan disampaikan kelima dimensi tersebut:

#### 1. Tangible

Yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan gambaran tentang keberadaan dari pihak pelaku usaha dalam bentuk fisik.

#### 2. Realibity

Yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam hal memberikan atau menyajikan pelayanan yang sesuai dengan apa yang dijanjikan atau yang telah ditawarkan secara benar dan terpercaya.

#### 3. Responsiveness

Yakni kemampuan dari perusahaan dalam hal menyediakan jasa untuk membantu pelayanan informasi secara cepat dan tepat kepada pelanggan, dan informasi tersebut harus jelas.

#### 4. Assurance

Kemampuan dari perusahaan atau penyedia barang dan jasa dalam hal memberikan perhatian tanpa pamri dengan bersifat individu yang harus diberikan kepada semua pelanggan melalui cara pemahaman keinginan dan kesulitan para pelanggan.

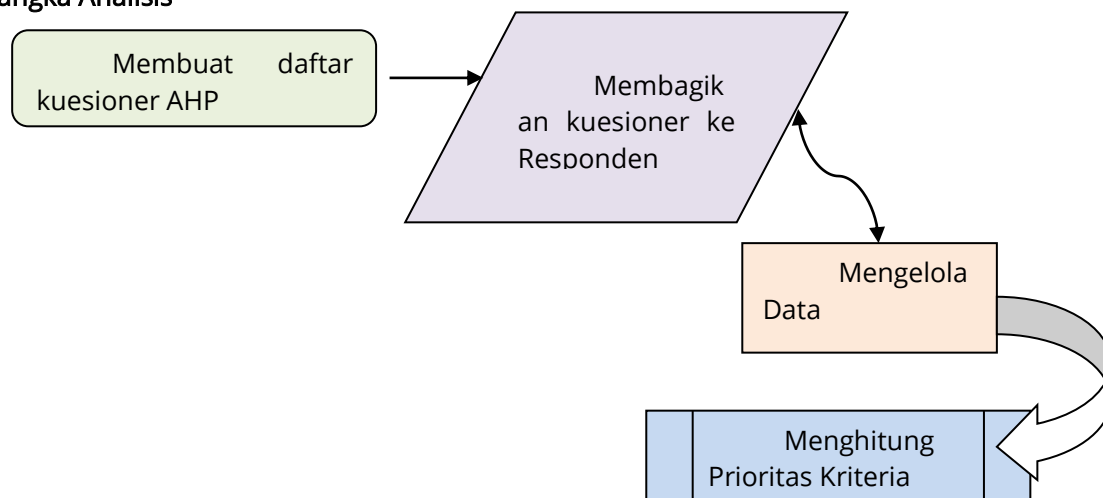
### **Analytic Hierarchy Process (AHP)**

Berdasarkan Turban (2005:19) dapat disimpulkan mengenai Analytical Hierarchy Proses (AHP) merupakan cara atau alat analisis yang dapat digunakan untuk membantu dalam proses pengambilan sebuah keputusan baik keputusan kuantitatif maupun keputusan kualitatif dengan berdasarkan aspek yang dimilikinya.

Menurut Kursini (2007:133), terdapat beberapa hal yang seharusnya dimengerti pada AHP, yakni:

1. Membuat Hierarki
2. Penilaian dalam hal Kriteria dan Penilaian Alternatif
3. Menetapkan Skala prioritas (Synthesis Of Priority)
4. Konsistensi Logis (Logical Consistency)

#### **Kerangka Analisis**



**Gambar 1. Kerangka Analisis**

## **METODE PENELITIAN**

### **Metode Analisis**

Untuk pengelolaan data dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan data primer yang diambil langsung melalui penyebaran kuesioner AHP. Kuesioner tersebut akan dibagikan kepada 10 responden sebagai perwakilan dari populasi.

Adapun teknik pengambilan sampel yang dipergunakan dalam penelitian ini yaitu Teknik *Purposive Sampling* dimana penyebaran kuesioner ke responden telah dipilih atau ditentukan dengan tujuan tertentu. Responden dalam penelitian ini yaitu masyarakat yang tinggal di Perumahan Griya Rawa Makmur yang pernah menggunakan atau telah melakukan pembelian secara online pada tiga aplikasi yang sedang diteliti. Hal ini dikarenakan untuk mengetahui tingkat perbandingan nilai antara kualitas jasa pembelian secara online dari tiga aplikasi yaitu: Tokopedia, Shoppe dan Lazada.

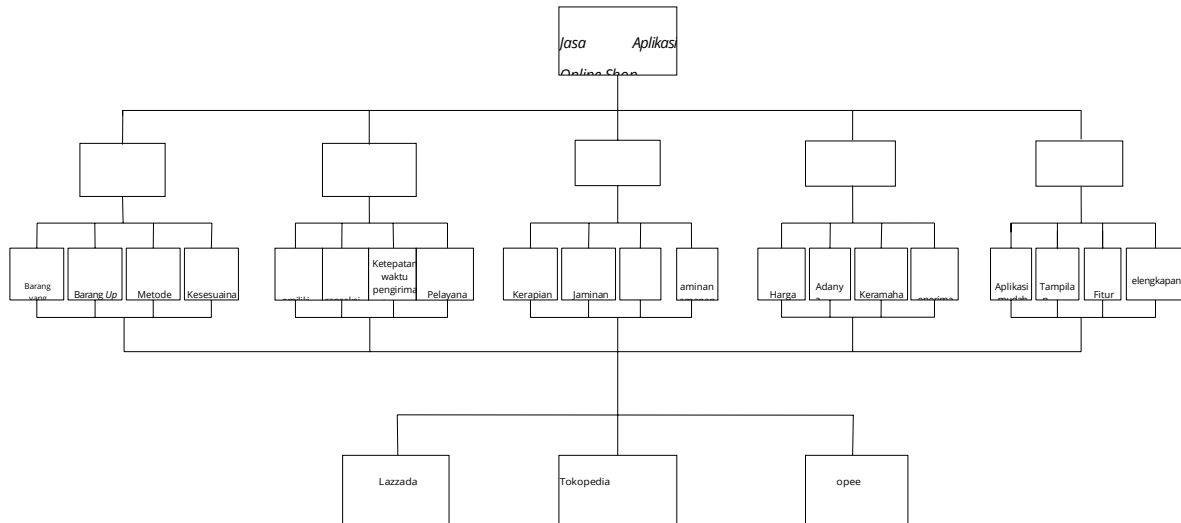
Untuk hasil pengelolaan data, peneliti menggunakan teknik perhitungan rata-rata dari pembobotan AHP pada setiap elemen setelah itu menetapkan prioritas atau keutamaan dari setiap pilihan alternative. Jika hasil pengelolaan data telah selesai maka akan dihasilkan nilai perhitungan dengan menggunakan AHP, sehingga akan diperoleh elemen pelayanan mana yang akan menjadi prioritas dalam menentukan aplikasi belanja *Online Shop* terbaik.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pembahasan

#### Hierarki Pemilihan untuk Menentukan Alternatif Jasa Online Shop

Berikut adalah alternatiff Aplikasi jasa online shop bisa dilihat pada Gambar 2.



**Gambar 2. Alternaitf Aplikasi Jasa Online Shop**

Sedangkan untuk mengetahui dimensi dan Atribut di hirarkie jasa online Shop silakan memperhatikan table 1 yang tersedia di bawah ini:

Tabel 1. Dimensi dan Antribut Aplikasi jasa Online Shop

Unsur	Elemen
<b>Reliability</b>	Barang yang dijual mengikuti trand pada saat ini
	Terdapat bermacam pilihan jenis barang
	Teknik pembayaran yang mudah
	Terdapat kesesuaian antara barang yang dipesan dengan yang diterima
<b>Responsiveness</b>	Adanya pusat bantuan informasi,
	Dalam melakukan transaksi mudah dan cepat
	Akurasi pada waktu pengiriman
	Pelayanan cepat dan tanggap
<b>Assurance</b>	Adanya jamianan terhadap produk asli
	Pengemasan yang rapi
	Garansi pada saat pengiriman barang
<b>Tangible</b>	Website atau aplikasi yang disediakan menarik konsumen dan mudah untuk diakses
	Menampilkan menu-menu yang menarik
	Fasilitas dalam pelayanan lengkap
<b>Emphaty</b>	Harga yang ditawarkan terjangkau,
	Terdapat tempat menyampaikan kritik dan saran
	Memberikan potongan harga atau diskon

### Penghitungan Rata-rata dari Pembobotan pada masing-masing Dimensi dan Atribut

Adapun perhitungan untuk nilai rata-rata penskoran atau bobot pada masing-masing dimensi dan atribut yakni dengan menggunakan nilai rata-rata geometric. Nilai rata-rata gemotrik ini dirasakan sebagai hasil penilaian dari masing-masing kelompok dari nilai yang telah diberikan oleh kesepuluh responden yang telah diminta informasinya. Berikut disampaikan contoh nilai dari penghitungan rata-rata geometric pada setiap elemen level dua (2) antara unsure Responsibility dan Reliability:

Responden ke- 1	: 2
Responden ke- 2	: 3
Responden ke- 3	: 9
Responden ke- 4	: 4
Responden ke- 5	: 1
Responden ke- 6	: 5
Responden ke- 7	: 7
Responden ke- 8	: 1
Responden ke- 9	: 3
Responden ke- 10	: 5

Jadi untuk nilai rata-rata Gemotriknya adalah  $\sqrt[10]{2 \times 3 \times 9 \times 4 \times 1 \times 5 \times 7 \times 1 \times 3 \times 5} = 2.2023$

Begitujuga dengan rata-rata nilai geometruk pada setiap elemen dapat dicari dengan cara di atas.

### Perhitungan Nilai Bobot Parsial dan nilai Konsistensi dari Matriks

Untuk menghitung nilai rasio konsistensi dapat menggunakan rumus di bawah ini:

1. Penghitungan Rasio Konsistensi = Matriks Penghitungan nilai rata-rata dari pembobotan x Vektor bobot setiap baris
2.  $\text{Penghitungan Nilai Konsistensi Vektor} = \frac{\text{Rasio Konsistensi}}{2 \times \text{Bobot Parsial dari setiap Baris}}$
3.  $\text{Rata - rata Nilai Entri } (\lambda_{max}) = \frac{\text{Konsisten Vektor}}{n}$
4.  $\text{Indeks Konsistency } ((CI) = \frac{\lambda_{max} - n}{nN - 1}$
5.  $\text{Ratio Consistency } ((CR) = \frac{CI}{\text{Random CI}}$
6. Untuk nilai responden yang konsisten jika nilai CRnya  $\leq 0.1$ , sedangkan nilai RI yang dapat digunakan dapat dilihat pada table berikut ini:

Daftar tabel 2. Nilai Random Index

n	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
RI	.00	.00	.58	.90	.12	1.14	1.32	1.41	1.45	1.49

### Perhitunagn Bobot Prioritas untuk menentukan Alternatif

Adapun perhitunagn bobot prioritas untuk alternative dilaksanakan guna menentukan alternative mana yang akan dipilih dari aplikasi online Shop. Untuk nilai penghitungan bobot ini akan dimulai dari tingkat atau level yang paling rendah dan dilanjutkan ke tingkat berikutnya. Berikut langkah penghitungannya sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Bobot Prioritas Tingkat ke- 4} &= \text{Bobot Parsial tingkat 4} \times \text{Bobot tingkat 3} \times \text{Bobot parsial tingkat 2} \\ \text{Bobot Prioritas Tingkat ke-3} &= \sum \text{Bobot Tingkat 4} \\ \text{Bobot Prioritas Tingkat ke-2} &= \sum \text{Bobot Tingkat 3} \end{aligned}$$

Tabel 3. Penghitungan Bobot Prioritas alternative

Tingkat 2	Tingkat 3		Tingkat 4		Tingkat 4	Tingkat 3	Tingkat 2
Realibility 0.4687	Barang yang dijual mengikuti trand pada saat ini	0.2113	Lazzada	0.2073	0.0339	0.0988	0.4687
			Shopee	0.4501	0.0444		
			Tokopedia	0.3431	0.0205		
	Terdapat bermacam pilihan jenis barang	0.2272	Lazzada	0.4390	0.0385	0.1062	
			Shopee	0.3625	0.0466		
			Tokopedia	0.1985	0.0211		
	Teknik pembayaran yang mudah	0.1585	Lazzada	0.3810	0.0305	0.0740	
			Shopee	0.4120	0.0282		
			Tokopedia	0.2070	0.0153		
	Terdapat kesesuaian antara barang yang dipesan dengan yang diterima	0.4050	Lazzada	0.3705	0.0802	0.1896	
			Shopee	0.2066	0.0702		
			Tokopedia	0.4229	0.0392		
Responsiveness	Adanya pusat bantuan informasi,	0.2681	Lazzada	0.4961	0.0074	0.0566	0.2110
			Shopee	0.3739	0.0212		
			Tokopedia	0.1300	0.0166		
	Dalam melakukan transaksi mudah dan cepat	0.1463	Lazzada	0.3008	0.0093	0.0309	
			Shopee	0.5385	0.0166		
			Tokopedia	0.1607	0.0050		
	Akurasi waktu dalam pengiriman	0.2766	Lazzada	0.3497	0.0218	0.0584	
			Shopee	0.3740	0.0161		
			Tokopedia	0.2763	0.0204		
	Pelayanan cepat dan tanggap	0.3090	Lazzada	0.3243	0.0264	0.0652	
			Shopee	0.4054	0.0211		
			Tokopedia	0.2703	0.0176		
Assurance 0.0858	Adanya jamiunan terhadap produk asli	0.2521	Lazzada	0.3352	0.0072	0.0216	0.0858
			Shopee	0.4295	0.0093		
			Tokopedia	0.2353	0.0051		
	Pengemasan yang rapi	0.1960	Lazzada	0.2672	0.0045	0.0214	
			Shopee	0.4015	0.0068		
			Tokopedia	0.3087	0.0066		
	Garansi pada saat pengiriman barang	0.2494	Lazzada	0.3429	0.0073	0.0214	
			Shopee	0.3484	0.0075		
			Tokopedia	0.3191	0.0083		
Tangible	Website atau aplikasi yang disediakan menarik konsumen dan mudah untuk diakses	0.2253	Lazzada	0.1504	0.1504	0.0206	0.0914
			Shopee	0.3641	0.1070		
			Tokopedia	0.3028	0.0075		
	Menampilkan menu-menu yang menarik	0.2429	Lazzada	0.2397	0.0053	0.0222	
			Shopee	0.2800	0.0062		
			Tokopedia	0.4572	0.0116		
	Fasilitas dalam pelayanan lengkap	0.2772	Lazzada	0.1732	0.0116	0.0254	
			Shopee	0.3696	0.0044		
			Tokopedia	0.4572	0.0094		
Emphaty(0.1431)	Harga yang ditawarkan terjangkau,	0.2990	Lazzada	0.1367	0.0058	0.0428	0.1431
			Shopee	0.5182	0.0222		
			Tokopedia	0.3518	0.0196		
	Terdapat tempat menyampaikan kritik dan saran	0.2648	Lazzada	0.1762	0.0067	0.0379	
			Shopee	0.3354	0.0127		
			Tokopedia	0.4855	0.0100		
	Memberikan potongan harga atau diskon	0.2640	Lazzada	0.1279	0.0048	0.0378	
			Shopee	0.5203	0.0196		
			Tokopedia	0.3542	0.0087		
	Memberikan keramahan dalam pengiriman barang	0.1722	Lazzada	0.2712	0.0067	0.0246	
			Shopee	0.3746	0.1092		
			Tokopedia	0.4884	0.0185		

Dari hasil perhitungan di atas, ternyata responden lebih memilih elemen Reliability dengan nilai sebesar 51.86%. Dengan ditentukannya prioritas tersebut, maka hal ini dapat membantu untuk memilih dan menentukan jasa online shop mana yang sangat terbaik. Disamping itu juga responden juga sangat mengutamakan adanya kesesuaian barang yang dipesan dalam jasa online shop yakni sebesar 18,96%. Dengan adanya penentuan skala prioritas di atas maka penulis sangat terbantu dalam menganalisa unsur apa saja yang harus ditingkatkan.

### Penghitungan Nilai Total Bobot Jasa Online Shop

Jika nilai bobot pada setiap tingkatan sudah diketahui, setelah itu harus ditentukan pemilihan alternative aplikasi jasa Online Shop yang mana yang memiliki persentase yang paling tinggi. Untuk nilai persentase tersebut dapat dihitung dengan cara, seperti di bawah ini:

Total Persentase/ bobot untuk Online Shop Shopee

$$\sum \text{Bobot Prioritas Online Shop Lazada} = 0.0466 + 0.0282 + 0.0702 + 0.0212 + 0.0166 + 0.0161 + 0.0211 + 0.0093 + 0.0068 + 0.0075 + 0.1007 + 0.0062 + 0.0044 + 0.0222 + 0.0127 + 0.0196 + 0.1092 = 0.5186$$

Berikut ini hasil penghitungan jumlah bobot yang dipilih berdasarkan alternatif.

Tabel 4. Hasil penghitungan nilai total bobot untuk jasa online shop

Alternatif/pilihan	Bobot	Persentase (%)	Rangking/Urutan
Lazzada	0.2510	25.10	2
Shopee	0.5186	51.86	1
Tokopedia	0.2304	23.04	3
Jumlah	1.0000	100	-

Sumber: Data diolah.2021

Dari table 4 dapat kita lihat dan dapat kita tarik kesimpulan bahwa berdasarkan hasil penghitungan nilai bobot untuk jasa online shope, maka jasa online shopee merupakan jasa tertinggi yang diminati hal ini dapat terlihat dari nilai bobot mencapai 0.5186 atau 51.86.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Dari ketiga aplikasi jasa online shop yang telah di analisis di atas serta dihitung menggunakan Metode AHP di dapat hirarki yang harus digunakan dalam penyebaran kuesioner harus konsisten, maksudnya unsure satu dengan unsure yang lainnya harus sama atau seajar.

Berdasarkan hasil penghitungan nilai bobot prioritas pada jasa online shop diperoleh nilai bobot prioritas untuk unsure reability yakni sebesar 46,87%, unsure Responsiveness 21,10, unsure assurance 8.58, unsure emphyaty 14.31%, sedangkan untuk unsure tangible 9.14%

### Saran

Berdasarkan hasil pengamatan dan pengelolaan data serta kekurangan penulis pada saat melakukan penelitian, maka penulis memberikan saran pada penelitian berikutnya yaitu sebagai berikut:

1. Dalam pembuatan hirarki harus sangat teliti, hal ini dikarenakan proses penguraian dalam suatu masalah utama ke elemen-elemen yang disalurkan menjadi unsure-unsur harus berhubungan dengan benar dan element tersebut harus berhubungan dengan masalah utama yang dibahas.
2. Sebaiknya dalam melakukan penelitian, di peneliti mendampingi responden agar tidak terjadi bias jawaban atau responden tidak binggung pada saat mengisi kuesioner. Jika terdapat kesalahan dalam mengisi, maka data atau informasi yang diterima juga tidak benar artinya data yang diperoleh sesuai dengan keadaan atau fakta di lapangan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Saaty, T. L. (2004). Fundamental of the analytic network process and feedback in decision- making with a single network. Pittsburgh: RWS Publication
- Yamit, Z. (2013). Manajemen Kualitas Produk &Jasa. Yogyakarta: Ekonisia



- Saragih, Sylvia Hartati. 2013. Penerapan metode Analytical Hierarchy Process (AHP) pada sistem pendukung keputusan pemilihan laptop. ISSN: 2301-9425. Medan: Pelita Informasi Budi Darma Vol. IV, No.2 Agustus 2013: 82-88. Diambil dari: <http://www.academia.edu/download/38645635/ahp1.pdf> (15 November 2021)
- Kosasi, Sandy. 2002. *Konsep dan Kerangka Pemodelan Sistem Penunjang Keputusan Berbasis Teknologi Informasi*. Pontianak: Departemen Pendidikan Nasional.
- Sarifah, dan Nita Merlina. 2015. Sistem Penunjang Keputusan Pemilihan *Handphone* Menggunakan Metode Analytical Hierarchy Process. ISSN: 1978-1946. Jakarta Selatan: Jurnal Pilar Nusa Mandiri Vol. XI, No.1 Maret 2015: 90-99. Diambil dari: <http://pilar.nusamandiri.ac.id/index.php> Diambil dari: <http://pilar.nusamandiri.ac.id/index.php> (13 November 2021).