

ABSTRAK

Dengan meningkatnya penggunaan teknologi informasi dan komunikasi berdampak pada perubahan di berbagai bidang, salah satunya pola konsumsi serta cara berjualan dan berbelanja masyarakat. Tren jual beli secara online melalui platform *e-commerce* telah menggeser kebiasaan untuk membeli barang secara offline. Menurut data yang tercatat pada Bank Indonesia (BI) nilai transaksi *e-commerce* pada Februari 2022 mencapai Rp 30,8 triliun, tumbuh sekitar 12 persen dibanding periode yang sama pada Februari 2021, yakni sebesar Rp 27,3 triliun. Adapun total volume transaksi *e-commerce* mencapai 222,9 juta transaksi pada Februari 2022, meningkat sekitar 27 persen dibanding Februari tahun 2021 sebanyak 174,6 juta transaksi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja kriteria yang dapat digunakan untuk menilai suatu *e-commerce*. Selain itu dapat mengetahui *e-commerce* terbaik yang layak menjadi prioritas untuk marketplace di Indonesia.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Kriteria yang digunakan untuk penilaian *e-commerce* pada penelitian ini adalah Usabilitas (Kemudahan Penggunaan) terdiri dari *Learnability*, *Efficiency*, *Memorability*, *Errors*, dan *Satisfaction*. Sedangkan E-ServQual (Kualitas Sistem) terdiri dari *Fulfillment*, *System Availability*, *Privacy*, *Responsiveness*, *Compensation*, dan *Contact*. Jumlah sampel yang dianalisis adalah 100 responden sebagai pengguna *e-commerce* Shopee, Tokopedia dan Bukalapak. Adapun teknik analisis data dilakukan melalui model analisis *Analytical Hierarchy Process* (AHP) dan *Technique for Order Performance by Similarity to Ideal Solution* (TOPSIS).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kriteria Usabilitas lebih mendapat nilai lebih unggul dibandingkan *E-ServQual*. Sedangkan untuk *e-commerce* yang layak berdasarkan integrasi metode AHP dan TOPSIS secara berurutan adalah Tokopedia pada posisi pertama, Shopee pada posisi kedua dan Bukalapak pada posisi ketiga.

Saran dalam penelitian ini untuk perusahaan adalah didapat sub kriteria *satisfaction*, *efficiency*, *learnability* menjadi 3 besar yang paling menjadi prioritas customer dalam memilih suatu e-commerce. Ketiganya termasuk dalam sub kriteria usabilitas. Artinya *user experience* yang dirasakan oleh pengguna *e-commerce* terutama kemudahan pengguna untuk mempelajari feature yang penting dan harus ditingkatkan oleh perusahaan *e-commerce* untuk meningkatkan daya minat beli pelanggan.

Keywords: E-commerce, Service Quality, Customer Satisfaction, Analytical Hierarchy Process, Technique for Order Performance by Similarity to Ideal Solution