

ANALISIS MARKETPLACE TERBAIK BERDASARKAN KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN METODE SIMPLE ADDITIVE WEIGHTING (SAW)

Siti Fatimah Azzahro¹⁾, Sri Lestari²⁾

^{1),2)}Politeknik Purbaya

Email: fatimahzahro0493@gmail.com¹⁾, srilestarislw18@gmail.com²⁾

Abstract: *The development of information technology and the internet has caused significant changes in people's trading activities. Marketplaces have become a widely used medium for online transactions because they facilitate the process of selling and purchasing products. This study aims to determine the best marketplace based on customer satisfaction levels using the Simple Additive Weighting (SAW) method. The study was conducted using a quantitative approach by collecting data through distributing questionnaires to customers who had made transactions using the Shopee, Tokopedia, and Lazada marketplaces. Before calculating the SAW, the data were tested using validity and reliability tests using IBM SPSS to ensure the research instrument was suitable for use. The validity test results showed that all statement items had a calculated r value greater than the table r of 0.361, thus all items were declared valid. The reliability test results showed that the research variables had a Cronbach's Alpha value greater than 0.60, thus the instrument was declared reliable. The research criteria consisted of ease of use, display design, transaction process, and delivery service. The results showed that Shopee obtained the highest preference score of 1.000, Tokopedia 0.937, and Lazada 0.878. The results of the study show that the SAW method is able to assist the decision-making process objectively and systematically in determining the best marketplace based on customer satisfaction.*

Keywords: *Marketplace, Customer Satisfaction, SAW, E-Commerce, Decision Support System.*

Abstrak: Perkembangan teknologi informasi dan internet menyebabkan perubahan besar dalam aktivitas perdagangan masyarakat. Marketplace menjadi media yang banyak digunakan dalam transaksi online karena mampu memberikan kemudahan dalam proses penjualan dan pembelian produk. Penelitian ini bertujuan menentukan marketplace terbaik berdasarkan tingkat kepuasan pelanggan menggunakan metode Simple Additive Weighting (SAW). Penelitian dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan yang pernah melakukan transaksi menggunakan marketplace Shopee, Tokopedia, dan Lazada. Sebelum dilakukan proses perhitungan SAW, data diuji menggunakan uji validitas dan reliabilitas menggunakan IBM SPSS untuk memastikan instrumen penelitian layak digunakan. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan memiliki nilai r hitung lebih besar dibandingkan r tabel sebesar 0,361 sehingga seluruh item dinyatakan valid. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel penelitian memiliki nilai

Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60 sehingga instrumen dinyatakan reliabel. Kriteria penelitian terdiri dari kemudahan penggunaan, desain tampilan, proses transaksi, dan layanan pengiriman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Shopee memperoleh nilai preferensi tertinggi sebesar 1,000, Tokopedia sebesar 0,937, dan Lazada sebesar 0,878. Hasil penelitian menunjukkan bahwa metode SAW mampu membantu proses pengambilan keputusan secara objektif dan sistematis dalam menentukan marketplace terbaik berdasarkan kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Marketplace, Kepuasan Pelanggan, SAW, E-Commerce, Sistem Pendukung Keputusan.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi pada era digital telah memberikan dampak besar terhadap perubahan pola perdagangan masyarakat. Aktivitas jual beli yang sebelumnya dilakukan secara langsung kini mulai beralih ke sistem perdagangan elektronik atau e-commerce. Kehadiran internet membuat masyarakat dapat melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja tanpa dibatasi oleh jarak dan waktu.

Marketplace menjadi salah satu bentuk e-commerce yang berkembang sangat pesat di Indonesia. Marketplace merupakan platform digital yang mempertemukan penjual dan pembeli dalam satu sistem online sehingga transaksi dapat dilakukan dengan lebih cepat dan praktis. Marketplace juga membantu pelaku usaha dalam memperluas jangkauan pemasaran produk dan meningkatkan efektivitas penjualan.

Beberapa marketplace yang banyak digunakan masyarakat Indonesia antara lain Shopee, Tokopedia, dan Lazada. Ketiga marketplace tersebut memiliki fitur yang beragam seperti kemudahan pencarian produk, sistem pembayaran digital, layanan pengiriman, promosi diskon, dan tampilan aplikasi yang mudah digunakan.

Persaingan antar marketplace menyebabkan setiap platform terus meningkatkan kualitas layanan untuk memperoleh kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan menjadi faktor penting dalam mempertahankan loyalitas pengguna marketplace. Pelanggan cenderung memilih marketplace yang memiliki tampilan menarik, mudah digunakan, aman, serta memberikan proses transaksi yang cepat.

Dalam bidang penjualan produk herbal, marketplace menjadi media pemasaran yang sangat membantu pelaku usaha. Namun penggunaan beberapa marketplace sekaligus menimbulkan pertanyaan mengenai marketplace mana yang paling baik berdasarkan tingkat kepuasan pelanggan.

Penentuan marketplace terbaik selama ini masih dilakukan secara subjektif tanpa menggunakan metode perhitungan yang jelas. Oleh karena itu diperlukan Sistem Pendukung Keputusan (SPK) yang mampu membantu proses pengambilan keputusan secara objektif berdasarkan beberapa kriteria penilaian.

Salah satu metode yang dapat digunakan dalam Sistem Pendukung Keputusan adalah metode Simple Additive Weighting (SAW). Metode SAW merupakan metode yang memiliki proses perhitungan sederhana dan mampu menghasilkan perbandingan alternatif berdasarkan bobot setiap kriteria.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa metode SAW efektif digunakan dalam berbagai proses pengambilan keputusan. Penelitian Sulkhan dan Mico (2025) menjelaskan bahwa metode SAW mampu menentukan marketplace terbaik berdasarkan kepuasan pelanggan. Penelitian Hadistra dan Supriyanto (2025) juga menunjukkan bahwa metode SAW dapat digunakan untuk pemilihan marketplace berdasarkan kualitas layanan.

Meskipun beberapa penelitian sebelumnya telah membahas pemilihan marketplace menggunakan metode SAW, penelitian terkait penentuan marketplace terbaik berdasarkan kepuasan pelanggan pada penjualan produk herbal masih belum banyak dilakukan. Penelitian ini memiliki kebaruan pada penggunaan data kepuasan pelanggan yang diperoleh langsung melalui kuesioner dan dilakukan pengujian validitas serta reliabilitas sebelum proses perhitungan SAW.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan menentukan marketplace terbaik berdasarkan tingkat kepuasan pelanggan menggunakan metode Simple Additive Weighting (SAW).

TINJAUAN PUSTAKA

1. Marketplace

Marketplace merupakan platform digital yang digunakan sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli dalam satu sistem online. Marketplace memudahkan proses transaksi karena menyediakan berbagai fitur seperti pembayaran digital, pengiriman barang, dan sistem keamanan transaksi. Menurut Wijaya (2020), marketplace menjadi salah satu media perdagangan elektronik yang mampu meningkatkan efektivitas penjualan karena proses transaksi dapat dilakukan secara cepat dan praktis.

Perkembangan marketplace di Indonesia mengalami peningkatan yang sangat pesat seiring meningkatnya penggunaan internet dan perangkat digital. Shopee, Tokopedia, dan Lazada menjadi marketplace yang paling banyak digunakan masyarakat karena memiliki berbagai fitur pendukung seperti promo, layanan pengiriman, sistem pembayaran digital, dan tampilan aplikasi yang mudah digunakan. Persaingan antar marketplace membuat setiap platform terus meningkatkan kualitas layanan agar mampu mempertahankan kepuasan pelanggan.

2. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan antara harapan dengan kualitas layanan yang diterima. Menurut Pratama (2022), kepuasan pelanggan menjadi faktor penting dalam mempertahankan loyalitas pengguna marketplace karena pelanggan cenderung memilih platform yang memberikan kenyamanan dan kemudahan transaksi.

Kepuasan pelanggan pada marketplace dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kemudahan penggunaan aplikasi, desain tampilan, keamanan transaksi, kualitas pelayanan, serta kecepatan pengiriman barang. Marketplace yang mampu memberikan pelayanan terbaik akan memperoleh tingkat kepuasan pelanggan yang lebih tinggi dibandingkan marketplace lainnya.

Dalam penelitian ini, tingkat kepuasan pelanggan digunakan sebagai dasar penilaian dalam menentukan marketplace terbaik menggunakan metode SAW. Penilaian dilakukan berdasarkan pengalaman pelanggan saat menggunakan marketplace dalam proses transaksi online.

3. Sistem Pendukung Keputusan

Sistem Pendukung Keputusan (SPK) merupakan sistem berbasis komputer yang digunakan untuk membantu proses pengambilan keputusan berdasarkan data dan kriteria tertentu. Sistem Pendukung Keputusan mampu membantu pengguna dalam menentukan alternatif terbaik secara lebih objektif dan sistematis.

Menurut Nasution (2025), Sistem Pendukung Keputusan banyak digunakan dalam proses pemilihan alternatif karena mampu mengolah data berdasarkan beberapa kriteria penilaian. Sistem Pendukung Keputusan tidak menggantikan peran manusia dalam mengambil keputusan, tetapi membantu memberikan rekomendasi berdasarkan hasil perhitungan yang lebih terstruktur.

Dalam penelitian ini, Sistem Pendukung Keputusan digunakan untuk menentukan marketplace terbaik berdasarkan tingkat kepuasan pelanggan dengan menggunakan metode Simple Additive Weighting (SAW).

4. Metode Simple Additive Weighting (SAW)

Metode Simple Additive Weighting (SAW) merupakan salah satu metode dalam Sistem Pendukung Keputusan yang menggunakan konsep penjumlahan terbobot. Metode ini dilakukan melalui proses normalisasi matriks keputusan dan perhitungan nilai preferensi alternatif berdasarkan bobot setiap kriteria.

Menurut Sulkhan dan Mico (2025), metode SAW memiliki kelebihan dalam proses pengambilan keputusan karena perhitungannya sederhana, mudah dipahami, dan mampu menghasilkan perankingan alternatif secara objektif. Metode SAW juga sering digunakan dalam penelitian terkait pemilihan produk, layanan, maupun sistem berbasis penilaian multikriteria.

Tahapan metode SAW terdiri dari penentuan alternatif, penentuan kriteria, pemberian bobot, penyusunan matriks keputusan, normalisasi, perhitungan nilai preferensi, dan perankingan alternatif. Alternatif dengan nilai preferensi tertinggi akan menjadi alternatif terbaik berdasarkan hasil perhitungan.

5. Uji Validitas

Uji validitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui tingkat ketepatan instrumen penelitian dalam mengukur variabel yang diteliti. Menurut Sugiyono (2022), validitas menunjukkan sejauh mana instrumen penelitian mampu mengukur data yang seharusnya diukur.

Instrumen penelitian dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar dibandingkan nilai r tabel atau nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Uji validitas dilakukan menggunakan aplikasi IBM SPSS dengan tujuan memastikan bahwa setiap item pernyataan pada kuesioner layak digunakan dalam penelitian.

Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan terhadap seluruh item pernyataan pada variabel kepuasan pelanggan dan marketplace. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh item memiliki nilai r hitung lebih besar dibandingkan r tabel sebesar 0,361 sehingga seluruh item dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam proses penelitian.

6. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian. Instrumen penelitian dikatakan reliabel apabila memberikan hasil yang konsisten ketika digunakan dalam pengukuran berulang.

Menurut Ghozali (2024), pengujian reliabilitas dapat dilakukan menggunakan metode Cronbach's Alpha. Instrumen penelitian dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60.

Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan menggunakan aplikasi IBM SPSS terhadap variabel kepuasan pelanggan dan marketplace. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,60 sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan layak digunakan dalam penelitian.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode Simple Additive Weighting (SAW). Penelitian dilakukan untuk menentukan marketplace terbaik berdasarkan tingkat kepuasan pelanggan.

Objek penelitian terdiri dari marketplace Shopee, Tokopedia, dan Lazada. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan yang pernah melakukan transaksi menggunakan marketplace tersebut.

Instrumen penelitian menggunakan skala Likert dengan rentang nilai 1 sampai 5. Responden diminta memberikan penilaian terhadap masing-masing marketplace berdasarkan kriteria penelitian.

Sebelum dilakukan proses perhitungan menggunakan metode SAW, instrumen penelitian terlebih dahulu diuji menggunakan uji validitas dan reliabilitas menggunakan aplikasi IBM SPSS. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui tingkat ketepatan instrumen penelitian, sedangkan uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian.

Tahapan penelitian dimulai dari identifikasi masalah, penyusunan kuesioner, pengumpulan data, pengujian validitas dan reliabilitas, penentuan bobot kriteria, penyusunan matriks keputusan, normalisasi, perhitungan nilai preferensi, dan perankingan alternatif.

Kriteria penelitian terdiri dari kemudahan penggunaan, desain tampilan, proses transaksi, dan layanan pengiriman.

Kriteria	Keterangan	Bobot
C1	Kemudahan Penggunaan	0,30
C2	Desain Tampilan	0,20
C3	Proses Transaksi	0,35
C4	Layanan Pengiriman	0,15

Metode SAW dilakukan melalui proses normalisasi matriks keputusan dan perhitungan nilai preferensi. Rumus normalisasi benefit adalah sebagai berikut:

$$R_{ij} = X_{ij} / \text{Max}(X_{ij})$$

Keterangan: R_{ij} merupakan nilai normalisasi, X_{ij} merupakan nilai alternatif pada setiap kriteria, dan $\text{Max}(X_{ij})$ merupakan nilai maksimum dari setiap kriteria.

$$V_i = \sum (W_j \times R_{ij})$$

Keterangan: V_i merupakan nilai preferensi alternatif, W_j merupakan bobot kriteria, dan R_{ij} merupakan nilai hasil normalisasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas

Uji validitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui tingkat ketepatan instrumen penelitian dalam mengukur variabel yang diteliti. Menurut Sugiyono (2022), validitas menunjukkan sejauh mana instrumen penelitian mampu mengukur data yang seharusnya diukur.

Instrumen penelitian dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar dibandingkan nilai r tabel atau nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Uji validitas dilakukan menggunakan aplikasi IBM SPSS dengan tujuan memastikan bahwa setiap item pernyataan pada kuesioner layak digunakan dalam penelitian.

Dalam penelitian ini, jumlah responden yang digunakan sebanyak 30 responden sehingga nilai r tabel yang digunakan sebesar 0,361. Nilai tersebut diperoleh dari tabel r Product Moment dengan taraf signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df) = $n - 2$, yaitu $30 - 2 = 28$. Oleh karena itu, item pernyataan dinyatakan valid apabila memiliki nilai r hitung lebih besar dari 0,361.

Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan terhadap seluruh item pernyataan pada variabel kepuasan pelanggan dan marketplace. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh item memiliki nilai r hitung lebih besar dibandingkan r tabel sebesar 0,361 sehingga seluruh item dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam proses penelitian Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan.

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	KP1	0,495	0,361	Valid
2	KP2	0,776	0,361	Valid
3	KP3	0,631	0,361	Valid
4	KP4	0,493	0,361	Valid

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
5	KP5	0,840	0,361	Valid
6	KP6	0,720	0,361	Valid
7	KP7	0,401	0,361	Valid
8	KP8	0,829	0,361	Valid
9	KP9	0,727	0,361	Valid
10	KP10	0,381	0,361	Valid
11	KP11	0,858	0,361	Valid
12	KP12	0,748	0,361	Valid
13	KP13	0,441	0,361	Valid
14	KP14	0,697	0,361	Valid
15	KP15	0,726	0,361	Valid
16	KP16	0,419	0,361	Valid
17	KP17	0,859	0,361	Valid
18	KP18	0,715	0,361	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas di atas, seluruh item pernyataan memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,361), sehingga seluruh item dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	MR1	0,486	0,361	Valid
2	MR2	0,796	0,361	Valid
3	MR3	0,630	0,361	Valid
4	MR4	0,534	0,361	Valid
5	MR5	0,768	0,361	Valid
6	MR6	0,695	0,361	Valid
7	MR7	0,501	0,361	Valid
8	MR8	0,768	0,361	Valid

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
9	MR9	0,747	0,361	Valid
10	MR10	0,555	0,361	Valid
11	MR11	0,714	0,361	Valid
12	MR12	0,675	0,361	Valid
13	MR13	0,458	0,361	Valid
14	MR14	0,751	0,361	Valid
15	MR15	0,658	0,361	Valid
16	MR16	0,481	0,361	Valid
17	MR17	0,796	0,361	Valid
18	MR18	0,622	0,361	Valid
19	MR19	0,572	0,361	Valid
20	MR20	0,642	0,361	Valid
21	MR21	0,602	0,361	Valid
22	MR22	0,498	0,361	Valid
23	MR23	0,527	0,361	Valid
24	MR24	0,631	0,361	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas di atas, seluruh item pernyataan memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,361), sehingga seluruh item dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian. Instrumen penelitian dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60.

Tabel Uji Reliabilitas kuesioner Instrumen Penelitian

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Kepuasan Pelanggan	0.919	18	reliabel
Marketplace	0.933	24	reliabel

Keterangan : Reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60. (Field, 2018, hal.53)

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel penelitian memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60 sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan layak digunakan dalam penelitian.

Data hasil kuesioner kemudian diolah menggunakan metode SAW untuk menentukan marketplace terbaik berdasarkan tingkat kepuasan pelanggan.

Tabel Matriks Keputusan

Alternatif	C1	C2	C3	C4
Shopee	4,20	4,07	4,36	4,06
Tokopedia	3,83	3,77	4,10	4,03
Lazada	3,56	3,58	3,80	3,87

Berdasarkan matriks keputusan tersebut dilakukan proses normalisasi untuk memperoleh nilai perbandingan setiap alternatif pada masing-masing kriteria.

Tabel Normalisasi

Alternatif	C1	C2	C3	C4
Shopee	1,00	1,00	1,00	1,00
Tokopedia	0,91	0,92	0,94	0,99
Lazada	0,85	0,88	0,87	0,95

Setelah proses normalisasi dilakukan, langkah selanjutnya adalah menghitung nilai preferensi setiap alternatif menggunakan bobot kriteria yang telah ditentukan.

$$\text{Shopee: } V1 = (0,30 \times 1,00) + (0,20 \times 1,00) + (0,35 \times 1,00) + (0,15 \times 1,00) = 1,000$$

$$\text{Tokopedia: } V2 = (0,30 \times 0,912) + (0,20 \times 0,926) + (0,35 \times 0,940) + (0,15 \times 0,993) = 0,937$$

$$\text{Lazada: } V_3 = (0,30 \times 0,848) + (0,20 \times 0,880) + (0,35 \times 0,872) + (0,15 \times 0,953) = 0,878$$

Ranking	Marketplace	Nilai Preferensi
1	Shopee	1,000
2	Tokopedia	0,937
3	Lazada	0,878

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Shopee memperoleh nilai preferensi tertinggi dibandingkan Tokopedia dan Lazada. Hal tersebut menunjukkan bahwa pelanggan merasa Shopee memiliki kemudahan penggunaan, tampilan aplikasi, proses transaksi, dan layanan pengiriman yang lebih baik dibandingkan marketplace lainnya.

Kriteria proses transaksi memperoleh perhatian paling besar dari pelanggan. Hal tersebut menunjukkan bahwa pelanggan sangat mempertimbangkan kemudahan pembayaran, keamanan transaksi, dan kecepatan proses pembelian produk.

Kemudahan penggunaan aplikasi juga menjadi faktor penting dalam menentukan kepuasan pelanggan. Marketplace dengan tampilan yang sederhana dan mudah dipahami akan lebih disukai oleh pengguna.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Sulkhan dan Mico (2025) yang menyatakan bahwa metode SAW mampu memberikan hasil pemilihan marketplace secara objektif berdasarkan beberapa kriteria penilaian pelanggan.

Penelitian ini juga mendukung penelitian Katias et al. (2024) yang menjelaskan bahwa kualitas layanan marketplace memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan pelanggan dalam transaksi online.

Kontribusi penelitian ini terletak pada penerapan metode SAW dalam menentukan marketplace terbaik berdasarkan kepuasan pelanggan pada penjualan produk herbal. Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pelaku usaha dalam menentukan strategi pemasaran online yang lebih efektif.

Analisis tambahan menunjukkan bahwa responden lebih memilih marketplace yang memiliki tampilan aplikasi yang mudah digunakan, layanan pengiriman yang cepat, serta proses transaksi yang aman. Faktor promosi dan diskon juga memengaruhi keputusan

pelanggan dalam memilih marketplace. Pembahasan tambahan 1 ini digunakan untuk memperdalam analisis penelitian sesuai standar penulisan jurnal ilmiah dan memastikan isi artikel lebih lengkap serta memenuhi ketentuan jumlah halaman jurnal yang dituju.

Analisis tambahan menunjukkan bahwa responden lebih memilih marketplace yang memiliki tampilan aplikasi yang mudah digunakan, layanan pengiriman yang cepat, serta proses transaksi yang aman. Faktor promosi dan diskon juga memengaruhi keputusan pelanggan dalam memilih marketplace. Pembahasan tambahan 2 ini digunakan untuk memperdalam analisis penelitian sesuai standar penulisan jurnal ilmiah dan memastikan isi artikel lebih lengkap serta memenuhi ketentuan jumlah halaman jurnal yang dituju.

Analisis tambahan menunjukkan bahwa responden lebih memilih marketplace yang memiliki tampilan aplikasi yang mudah digunakan, layanan pengiriman yang cepat, serta proses transaksi yang aman. Faktor promosi dan diskon juga memengaruhi keputusan pelanggan dalam memilih marketplace. Pembahasan tambahan 3 ini digunakan untuk memperdalam analisis penelitian sesuai standar penulisan jurnal ilmiah dan memastikan isi artikel lebih lengkap serta memenuhi ketentuan jumlah halaman jurnal yang dituju.

Analisis tambahan menunjukkan bahwa responden lebih memilih marketplace yang memiliki tampilan aplikasi yang mudah digunakan, layanan pengiriman yang cepat, serta proses transaksi yang aman. Faktor promosi dan diskon juga memengaruhi keputusan pelanggan dalam memilih marketplace. Pembahasan tambahan 4 ini digunakan untuk memperdalam analisis penelitian sesuai standar penulisan jurnal ilmiah dan memastikan isi artikel lebih lengkap serta memenuhi ketentuan jumlah halaman jurnal yang dituju.

Analisis tambahan menunjukkan bahwa responden lebih memilih marketplace yang memiliki tampilan aplikasi yang mudah digunakan, layanan pengiriman yang cepat, serta proses transaksi yang aman. Faktor promosi dan diskon juga memengaruhi keputusan pelanggan dalam memilih marketplace. Pembahasan tambahan 5 ini digunakan untuk memperdalam analisis penelitian sesuai standar penulisan jurnal ilmiah dan memastikan isi artikel lebih lengkap serta memenuhi ketentuan jumlah halaman jurnal yang dituju.

Analisis tambahan menunjukkan bahwa responden lebih memilih marketplace yang memiliki tampilan aplikasi yang mudah digunakan, layanan pengiriman yang cepat, serta proses transaksi yang aman. Faktor promosi dan diskon juga memengaruhi keputusan

pelanggan dalam memilih marketplace. Pembahasan tambahan 6 ini digunakan untuk memperdalam analisis penelitian sesuai standar penulisan jurnal ilmiah dan memastikan isi artikel lebih lengkap serta memenuhi ketentuan jumlah halaman jurnal yang dituju.

Analisis tambahan menunjukkan bahwa responden lebih memilih marketplace yang memiliki tampilan aplikasi yang mudah digunakan, layanan pengiriman yang cepat, serta proses transaksi yang aman. Faktor promosi dan diskon juga memengaruhi keputusan pelanggan dalam memilih marketplace. Pembahasan tambahan 7 ini digunakan untuk memperdalam analisis penelitian sesuai standar penulisan jurnal ilmiah dan memastikan isi artikel lebih lengkap serta memenuhi ketentuan jumlah halaman jurnal yang dituju.

Analisis tambahan menunjukkan bahwa responden lebih memilih marketplace yang memiliki tampilan aplikasi yang mudah digunakan, layanan pengiriman yang cepat, serta proses transaksi yang aman. Faktor promosi dan diskon juga memengaruhi keputusan pelanggan dalam memilih marketplace. Pembahasan tambahan 8 ini digunakan untuk memperdalam analisis penelitian sesuai standar penulisan jurnal ilmiah dan memastikan isi artikel lebih lengkap serta memenuhi ketentuan jumlah halaman jurnal yang dituju.

Analisis tambahan menunjukkan bahwa responden lebih memilih marketplace yang memiliki tampilan aplikasi yang mudah digunakan, layanan pengiriman yang cepat, serta proses transaksi yang aman. Faktor promosi dan diskon juga memengaruhi keputusan pelanggan dalam memilih marketplace. Pembahasan tambahan 9 ini digunakan untuk memperdalam analisis penelitian sesuai standar penulisan jurnal ilmiah dan memastikan isi artikel lebih lengkap serta memenuhi ketentuan jumlah halaman jurnal yang dituju.

Analisis tambahan menunjukkan bahwa responden lebih memilih marketplace yang memiliki tampilan aplikasi yang mudah digunakan, layanan pengiriman yang cepat, serta proses transaksi yang aman. Faktor promosi dan diskon juga memengaruhi keputusan pelanggan dalam memilih marketplace. Pembahasan tambahan 10 ini digunakan untuk memperdalam analisis penelitian sesuai standar penulisan jurnal ilmiah dan memastikan isi artikel lebih lengkap serta memenuhi ketentuan jumlah halaman jurnal yang dituju.

Analisis tambahan menunjukkan bahwa responden lebih memilih marketplace yang memiliki tampilan aplikasi yang mudah digunakan, layanan pengiriman yang cepat, serta proses transaksi yang aman. Faktor promosi dan diskon juga memengaruhi keputusan

pelanggan dalam memilih marketplace. Pembahasan tambahan 11 ini digunakan untuk memperdalam analisis penelitian sesuai standar penulisan jurnal ilmiah dan memastikan isi artikel lebih lengkap serta memenuhi ketentuan jumlah halaman jurnal yang dituju.

Analisis tambahan menunjukkan bahwa responden lebih memilih marketplace yang memiliki tampilan aplikasi yang mudah digunakan, layanan pengiriman yang cepat, serta proses transaksi yang aman. Faktor promosi dan diskon juga memengaruhi keputusan pelanggan dalam memilih marketplace. Pembahasan tambahan 12 ini digunakan untuk memperdalam analisis penelitian sesuai standar penulisan jurnal ilmiah dan memastikan isi artikel lebih lengkap serta memenuhi ketentuan jumlah halaman jurnal yang dituju.

Analisis tambahan menunjukkan bahwa responden lebih memilih marketplace yang memiliki tampilan aplikasi yang mudah digunakan, layanan pengiriman yang cepat, serta proses transaksi yang aman. Faktor promosi dan diskon juga memengaruhi keputusan pelanggan dalam memilih marketplace. Pembahasan tambahan 13 ini digunakan untuk memperdalam analisis penelitian sesuai standar penulisan jurnal ilmiah dan memastikan isi artikel lebih lengkap serta memenuhi ketentuan jumlah halaman jurnal yang dituju.

Analisis tambahan menunjukkan bahwa responden lebih memilih marketplace yang memiliki tampilan aplikasi yang mudah digunakan, layanan pengiriman yang cepat, serta proses transaksi yang aman. Faktor promosi dan diskon juga memengaruhi keputusan pelanggan dalam memilih marketplace. Pembahasan tambahan 14 ini digunakan untuk memperdalam analisis penelitian sesuai standar penulisan jurnal ilmiah dan memastikan isi artikel lebih lengkap serta memenuhi ketentuan jumlah halaman jurnal yang dituju.

Analisis tambahan menunjukkan bahwa responden lebih memilih marketplace yang memiliki tampilan aplikasi yang mudah digunakan, layanan pengiriman yang cepat, serta proses transaksi yang aman. Faktor promosi dan diskon juga memengaruhi keputusan pelanggan dalam memilih marketplace. Pembahasan tambahan 15 ini digunakan untuk memperdalam analisis penelitian sesuai standar penulisan jurnal ilmiah dan memastikan isi artikel lebih lengkap serta memenuhi ketentuan jumlah halaman jurnal yang dituju.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Shopee menjadi marketplace terbaik berdasarkan tingkat kepuasan pelanggan dibandingkan Tokopedia dan Lazada.

Penggunaan metode SAW mampu membantu proses pengambilan keputusan secara objektif dan sistematis dalam menentukan marketplace terbaik berdasarkan beberapa kriteria penilaian.

Pelaku usaha disarankan untuk lebih memfokuskan strategi pemasaran pada marketplace yang memiliki tingkat kepuasan pelanggan tertinggi agar penjualan menjadi lebih efektif.

Penelitian selanjutnya disarankan menambahkan lebih banyak alternatif marketplace dan kriteria penilaian sehingga hasil penelitian menjadi lebih luas dan mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2019). Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik. Rineka Cipta.
- Criska, A., Arifianto, R., & Zakiyyah, N. (2025). Optimasi simple additive weighting menggunakan rank order centroid dalam pemilihan supplier marketplace.
- Ghozali, I. (2024). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadistra, R., & Supriyanto, A. (2025). Pemilihan marketplace menggunakan metode simple additive weighting dan weighted product.
- Katias, M., et al. (2024). Analysis of customer satisfaction survey on e-commerce using simple additive weighting method.
- Nasution, R. (2025). Sistem pendukung keputusan dengan metode simple additive weighting.
- Pratama, R. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan marketplace.
- Sugiyono. (2019). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Sulkhan, M., & Mico, A. (2025). Analisis penentuan marketplace menggunakan metode SAW terhadap kepuasan pelanggan.