

ABSTRAKSI

Yekti Amurwani (11152365), ANALISA KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP APLIKASI HAPPYFRESH DENGAN MENGGUNAKAN METODE AHP

Kepuasan pelanggan terutama dalam bidang jasa menjadi keharusan agar sebuah perusahaan tetap sukses. Sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa harus memperhatikan dan mengutamakan tingkat kepuasan pelanggan agar dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan lain yang bergerak di bidang yang sama. *Happyfresh* merupakan sebuah aplikasi berbasis android yang bergerak dibidang jasa belanja online. Untuk mengetahui tingkat kualitas aplikasi happyfresh terhadap kepuasan pelanggan maka peneliti melakukan analisa langsung terhadap pelanggan dengan memberikan kuesioner untuk diisi oleh para pengguna happyfresh dengan pertanyaan yang diajukan berdasarkan beberapa alternatif diantaranya pelayanan, harga, kemudahan, barang, toko, dan waktu. Setelah dilakukan penyebaran kuesioner kepada 100 responden dan dilakukan perhitungan dengan menggunakan metode *analytical hierarchy process* (AHP) didapatkan hasil bahwa alternatif yang sangat berpengaruh tinggi terhadap kepuasan adalah barang dengan nilai sebesar 0,46 dan nilai terendah terdapat pada alternatif waktu dengan nilai 0,22. Artinya dapat ditarik kesimpulan bahwa hal yang perlu diperhatikan oleh perusahaan *happyfresh* guna untuk meningkatkan kepuasan pelanggan adalah aspek waktu.

Kata kunci: *Analytical Hierarchy process, happyfresh, barang dan waktu*

ABSTRACT

Yekti Amurwani (11152365), CUSTOMER SATISFACTION ANALYSIS OF HAPPYFRESH APPLICATIONS USING AHP METHOD

Customer satisfaction, especially in a service sector, is a must for a company to remain successful. A company engaged in services must pay attention to and must prioritize customer satisfaction in order to compete with other companies from the same field. Happyfresh is an android-based application engaged in online shopping services. To determine the quality level of Happyfresh application on customer satisfaction, the researcher conducted a direct analysis of customers by giving questionnaires with questions based on several alternatives including service, price, convenience, goods, shop, and time. After distributing questionnaires to 100 respondents and doing calculations using the analytical hierarchy process (AHP) method, it was found that a very high alternative to satisfaction was on goods with a value of 0.46 and the lowest value was found at an alternative time with a value of 0.22. It can be concluded that the things that need to be considered by Happyfresh companies in order to increase customer satisfaction is the aspect of time.

Key word: *Analytical Hierarchy process, happyfresh, product and time*

