

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

Deskriptif adalah menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat simpulan yang berbentuk umum atau generalisasi. Dalam deskripsi data ini penulis akan menggambarkan kondisi responden yang telah menjadi sampel dalam penelitian ini dilihat dari karakteristik responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini dilihat dari karakteristik responden antara lain jenis kelamin, usia, dan pekerjaan. Responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat Bandar Lampung.

4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian

4.1.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

| NO | Jenis Kelamin | Frekuensi (orang) | Persentasi |
|----|---------------|-------------------|------------|
| 1 | Laki-laki | 44 | 44 |
| 2 | Perempuan | 56 | 56 |
| | Total | 100 | 100% |

Sumber : Hasil data diolah tahun 2020

Berdasarkan tabel 4.1 diatas terlihat bahwa responden dengan jenis kelamin laki - laki sebanyak 44 responden (44.0%) dan yang berjenis kelamin perempuan 56 responden (56.0%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini didominasi dengan jenis kelamin perempuan.

4.1.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2
Responden Berdasarkan Usia.

| NO | Usia (Tahun) | Frekuensi (orang) | Persentase |
|----|---------------|-------------------|------------|
| 1 | 17 – 25 Tahun | 76 | 76 |
| 2 | 26 – 35 Tahun | 14 | 14 |
| 4 | > 35 Tahun | 10 | 10 |
| | Total | 100 | 100% |

Sumber : Hasil data diolah tahun 2020

Berdasarkan tabel 4.2 di atas bahwa proporsi paling besar adalah dari responden berusia 17 tahun-25 tahun sebanyak 76 responden (76.0%), responden berusia 26 tahun-35 tahun berjumlah 14 responden (14.0%), kemudian proporsi paling sedikit adalah responden berusia >35 tahun sebanyak 10 responden (10.0%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini didominasi usia 17 tahun-25 tahun.

4.1.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.3
Responden Berdasarkan Pekerjaan

| NO | Pekerjaan | Frekuensi (orang) | Persentase |
|----|----------------|-------------------|------------|
| 1 | Pelajar | 30 | 30 |
| 2 | Mahasiswa | 43 | 43 |
| 3 | Pegawai Negeri | 13 | 13 |
| 4 | Wiraswasta | 14 | 14 |
| | Total | 100 | 100% |

Sumber : Data diolah tahun 2020

Dari hasil tabel 4.3 di atas bahwa proporsi paling besar adalah dari responden dengan pekerjaan mahasiswa sebanyak 43 responden (43.0%), responden dengan pekerjaan wiraswasta berjumlah 14 responden (14.0%), dan responden dengan pekerjaan pegawai negeri berjumlah 13 responden (13.0%) kemudian proporsi paling sedikit adalah responden dengan pekerjaan pelajar sebanyak 30 responden (30.0%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa responden yang paling banyak menjadi sampel dalam penelitian ini berdasarkan karakteristik pekerjaan adalah mahasiswa.

4.2 Analisis Data

4.2.1 Penilaian Keandalan dan Kesahihan

Data input dan konsekuensi pemecahan MDS sangat dipengaruhi oleh variabilitas acak (random variability), jadi beberapa penilaian yang dibuat mengenai keandalan dan kesahihan cukup dari pemecahan MDS. Ketepatan suatu pemecahan analisis MDS dinilai dengan ukuran stress. Stress adalah ukuran untuk menunjukkan kurang tepatnya (lack of fit), Semakin besar nilai stress semakin tidak tepat bagi peta spasial mewakili input data. Maka semakin rendah nilai stress semakin baik pula model MDS yang dihasilkan. Nilai stress atribut e-servqual marketplace di kota Bandar Lampung disajikan dalam Tabel 4.4 berikut ini:

Tabel 4.4 Nilai Stress E-ServQual

| No | Atribut | Stress | Keterangan |
|-----------|-------------------------|---------------|-------------------|
| 1 | Easy Of Use | 0,09834 | Bagus |
| 2 | Information Quality | 0,17373 | Cukup |
| 3 | Consumer Services | 0,18141 | Cukup |
| 4 | Website Design | 0,16666 | Cukup |
| 5 | Process Controllability | 0,15130 | Cukup |
| 6 | Outcome Quality | 0,10792 | Cukup |
| 7 | Reliability | 0,18130 | Cukup |

| | | | |
|----|-----------------|---------|-------|
| 8 | Responsiveness | 0,19180 | Cukup |
| 9 | Trust | 0,17709 | Cukup |
| 10 | Personalization | 0,14465 | Cukup |

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa stress model dua dimensi yang dihasilkan masuk dalam standar Goodness of Fit dan menunjukkan bahwa model penskalaan untuk mewakili data input adalah tepat. Indeks RSQ (R square) juga harus dikaji. Model dapat diterima apabila $RSQ \geq 0,60$ (60% atau lebih). Semakin tinggi RSQ, semakin baik model MDS. Nilai RSQ e-servqual marketplace di kota Bandar Lampung disajikan dalam tabel 4.5 berikut ini:

Tabel 4.5 Nilai RSQ E-ServQual

| No | Atribut | RSQ | Keterangan |
|-----------|-------------------------|------------|-------------------|
| 1 | Easy Of Use | 0,92471 | Dapat Diterima |
| 2 | Information Quality | 0,83869 | Dapat Diterima |
| 3 | Consumer Services | 0,79333 | Dapat Diterima |
| 4 | Website Design | 0,85978 | Dapat Diterima |
| 5 | Process Controllability | 0,83817 | Dapat Diterima |
| 6 | Outcome Quality | 0,90536 | Dapat Diterima |
| 7 | Reliability | 0,82301 | Dapat Diterima |
| 8 | Responsiveness | 0,74752 | Dapat Diterima |
| 9 | Trust | 0,83237 | Dapat Diterima |
| 10 | Personalization | 0,85354 | Dapat Diterima |

Sumber : Hasil data diolah tahun 2020

Nilai RSQ atribut e-servqual disajikan pada Tabel 4.5 Pada tabel tersebut terlihat bahwa nilai RSQ $\geq 0,60$ (60% atau lebih). Hal ini berarti bahwa model dua dimensi yang dihasilkan sudah bisa mewakili data input dengan cukup baik.

4.2.2 Riset Peta Positioning Kekuatan Daya Saing Marketplace

Riset peta positioning merupakan suatu penelitian dengan problem multidimensi. Riset ini akan menunjukkan apa dan bagaimana yang dirasakan konsumen pengguna marketplace di Kota Bandar Lampung dengan adanya kompetisi antar merk marketplace yang terdiri dari Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, dan Blibli. Posisi nilai merk bisa berubah sejalan dengan kualitas pelayanan, perubahan preferensi dan strategi pesaing. Untuk menetapkan posisi sebuah merk perlu dilakukan analisis positioning. Oleh karena itu, untuk mencapai tujuan penelitian perlu diketahui bagaimana persepsi tentang beberapa merk marketplace. Selain itu, juga bagaimana konsumen membedakan atau membandingkan berdasarkan atribut yang telah ditentukan antara lain Easy Of Use, Information Quality, Consumer Services, Website Design, Process Controllability, Outcome Quality, Reliability,, Responsiveness, Trust, dan Personalization.

4.2.2.1 Peta Positioning Berdasarkan Easy Of Use (Mudah Digunakan)

E-servqual ini adalah mengenai kemudahan yang dirasakan oleh konsumen dari mulai mengunduh aplikasi, mengoperasikan, dan kemudian digunakan untuk berbelanja. Hal ini dirancang oleh perusahaan untuk memberikan kenyamanan kepada konsumen dalam menggunakan aplikasi marketplace.

Tabel 4.6

E-sevqual (responden ke-1) Tentang Kemiripan Easy Of Use

| Merek Apk | Tokopedia | Shopee | Bukalapak | Lazada | Blibli |
|------------------|------------------|---------------|------------------|---------------|---------------|
| Tokopedia | | | | | |
| Shopee | 4 | | | | |
| Bukalapak | 5 | 4 | | | |
| Lazada | 4 | 5 | 4 | | |
| Blibli | 4 | 5 | 4 | 1 | |

Sumber : Hasil data diolah tahun 2020

Jawaban responden pertama pada Tabel 4.6 menunjukkan bahwa:

- a. Kemiripan antara Tokopedia dengan Shopee dapat dilihat pada baris dua dan kolom satu dengan nilai (skala) 4. Hal ini berarti kedua Merek Aplikasi mirip.
- b. Kemiripan antara Tokopedia dengan Bukalapak dapat dilihat pada baris tiga dan kolom satu dengan nilai (skala) 5. Hal ini berarti kedua Merek Aplikasi sangat mirip.
- c. Kemiripan antara Tokopedia dengan Lazada dapat dilihat pada baris empat dan kolom satu dengan nilai (skala) 4. Hal ini berarti kedua Merek Aplikasi mirip.
- d. Kemiripan antara Tokopedia dengan Blibli dapat dilihat pada baris kelima dan kolom satu dengan nilai (skala) 4. Hal ini berarti kedua Merek Aplikasi mirip.
- e. Demikian seterusnya untuk arti angka yang lain. Angka 0 terjadi karena dilakukan perbandingan antar merek aplikasi itu sendiri (seperti Tokopedia dengan Tokopedia), yang tentu tidak ada nilainya.

Jawaban untuk responden kedua, ketiga, keempat, kelima dan seterusnya akan memiliki variasi jawaban yang tidak harus sama dengan jawaban responden pertama. Secara keseluruhan jawaban responden tentang penilaian kemiripan masing-masing merek aplikasi berdasarkan Easy Of Use (Mudah Digunakan) mencerminkan persepsi masyarakat. Posisi aplikasi marketplace menurut persepsi masyarakat dapat dilihat pada koordinat seperti pada Tabel 4.7 berikut ini:

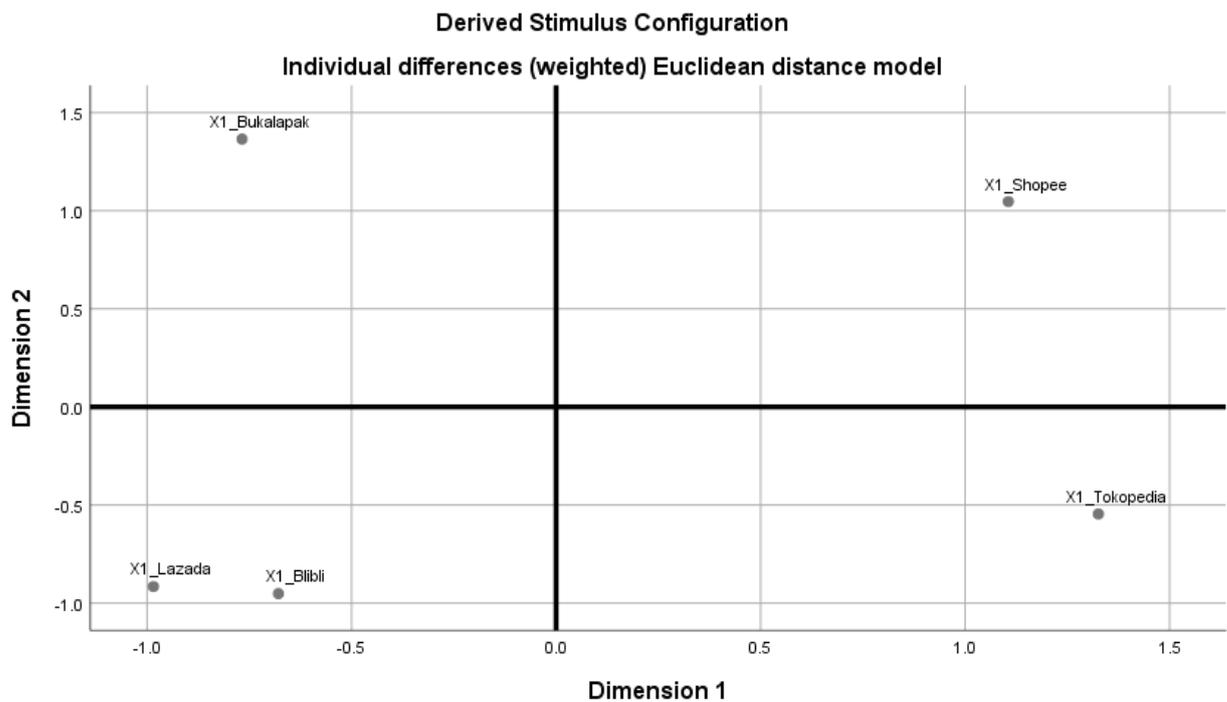
Tabel 4.7 Koordinat Merek Aplikasi di Kota Bandar Lampung Berdasarkan Easy Of Use

| No | Merek | Absis (Dimensi I) | Absis (Dimensi II) |
|----|------------------|-------------------|--------------------|
| 1 | Tokopedia | 1,3258 | -0,5453 |
| 2 | Shopee | 1,1056 | 1,0467 |
| 3 | Bukalapak | -0,7678 | 1,3653 |

| | | | |
|----------|---------------|---------|---------|
| 4 | Lazada | -0,9846 | -0,9153 |
| 5 | Blibli | -0,6790 | -0,9514 |

Sumber : Hasil data diolah tahun 2020

Berdasarkan koordinat pada Tabel 4.7 dapat dihasilkan peta *positioning* dari masing-masing aplikasi marketplace dengan konfigurasi seperti Gambar 4.1.



Sumber : Hasil data diolah tahun 2020

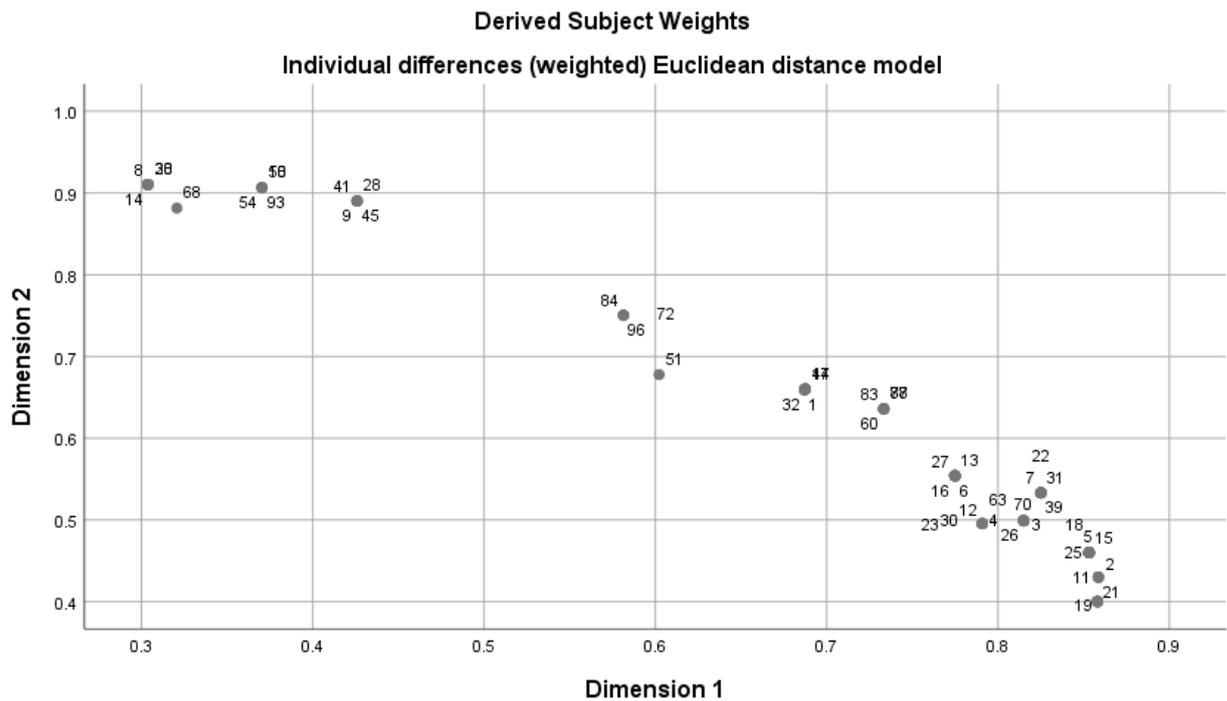
Gambar 4.1 Peta *Positioning* 2 Dimensi

Kualitas Produk Easy Of Use (Mudah Digunakan).

Gambar 4.1 adalah peta hasil proses INDSCAL (*Individual Differences (weighted) Euclidean Distance Model*) untuk menampilkan peta MDS dari lima merek aplikasi yaitu Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, Blibli. Gambar peta tersebut menunjukkan bahwa merek aplikasi Lazada dan Blibli jaraknya berdekatan. Jarak posisi yang berdekatan dari pasangan ini adalah sebuah hasil dari *persepsi masyarakat* bahwa merek aplikasi yang diperbandingkan memiliki kemiripan satu sama lain berdasarkan Easy Of Use (Mudah Digunakan). Gambar peta tersebut juga menunjukkan bahwa Tokopedia, Shopee dan Bukalapak letaknya berjauhan, sehingga merek aplikasi tersebut memiliki perbedaan satu sama lain berdasarkan Easy Of Use (Mudah Digunakan) atau tidak ada kemiripan.

MDS juga menyediakan fasilitas untuk menguji dan mengetahui kesamaan sikap responden dalam menilai kemiripan obyek, apabila jawaban antar responden atas atribut tertentu relatif sama, maka jawaban responden dapat disebut homogen (selaras)

- a. Uji Konsisten Responden Kemiripan Kualitas Produk Berdasarkan Easy Of Use (Mudah Digunakan)



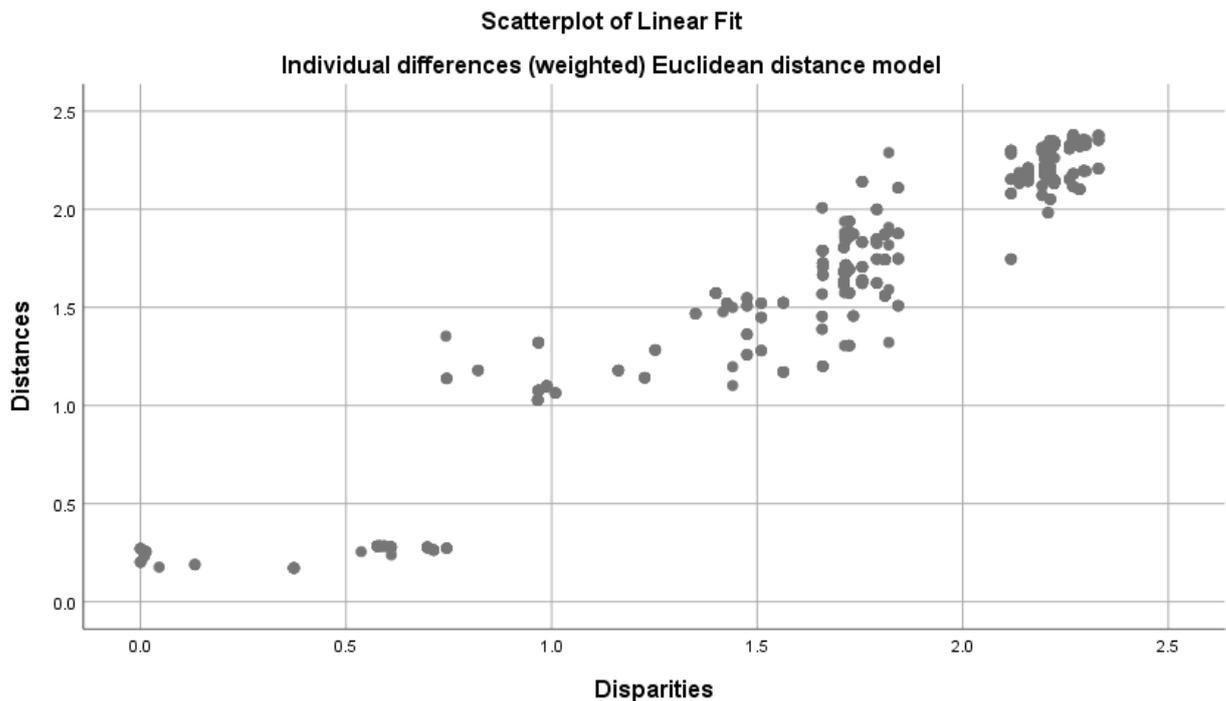
Sumber : Hasil data diolah tahun 2020

Gambar 4.2 Peta Positioning 2 Dimensi Konsisten

Responden Kemiripan Kualitas Produk Easy Of Use (Mudah Digunakan)

Gambar 4.1 menunjukkan bahwa posisi 100 responden membentuk sebuah kelompok di bagian bawah kanan grafik menunjukkan bahwa penilain responden membuktikan bahwa ada konsistensi jawaban antar responden dalam menilai kemiripan merek aplikasi berdasarkan Easy Of Use (Mudah Digunakan).

b. Uji Kesamaan Sikap Kemiripan Berdasarkan Easy Of Use (Mudah Digunakan).



Sumber : Hasil data diolah tahun 2020

Gambar 4.3 Peta *Positioning* 2 Dimensi

Kesamaan Sikap Tentang Kemiripan Easy Of Use (Mudah Digunakan)

Gambar 4.3 berisi kumpulan koordinat dari 5 x 100 isi kuesioner, tingkat kesamaan sikap ini ditunjukkan oleh grafik *scatterplot of linear fit* terlihat bahwa titik-titik koordinat membentuk kelompok koordinat yang konfigurasiya membentuk garis dari kiri bawah ke kanan atas. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki kesamaan sikap dalam menilai kemiripan merek aplikasi berdasarkan Easy Of Use (Mudah Digunakan).

4.2.2.2 Peta Positioning Berdasarkan Information Quality (Kualitas Informasi)

E-servqual ini adalah mengenai adanya informasi yang lengkap yang tertera pada deskripsi setiap produk yang di jual di aplikasi sehingga informasi ini dapat memberikan gambaran pada konsumen mengenai produk yang akan dibeli.

Tabel 4.8

E-servqual (responden ke-1) Tentang Kemiripan Information Quality

| Merek Apk | Tokopedia | Shopee | Bukalapak | Lazada | Blibli |
|------------------|------------------|---------------|------------------|---------------|---------------|
| Tokopedia | | | | | |
| Shopee | 4 | | | | |
| Bukalapak | 2 | 4 | | | |
| Lazada | 4 | 3 | 4 | | |
| Blibli | 4 | 2 | 4 | 3 | |

Sumber : Hasil data diolah tahun 2020

Jawaban responden pertama pada Tabel 4.8 menunjukkan bahwa:

- a. Kemiripan antara Tokopedia dengan Shopee dapat dilihat pada baris dua dan kolom satu dengan nilai (skala) 4. Hal ini berarti kedua Merek Aplikasi mirip.
- b. Kemiripan antara Tokopedia dengan Bukalapak dapat dilihat pada baris tiga dan kolom satu dengan nilai (skala) 2. Hal ini berarti kedua Merek Aplikasi tidak mirip.
- c. Kemiripan antara Tokopedia dengan Lazada dapat dilihat pada baris empat dan kolom satu dengan nilai (skala) 4. Hal ini berarti kedua Merek Aplikasi mirip.
- d. Kemiripan antara Tokopedia dengan Blibli dapat dilihat pada baris kelima dan kolom satu dengan nilai (skala) 4. Hal ini berarti kedua Merek Aplikasi mirip.
- e. Demikian seterusnya untuk arti angka yang lain. Angka 0 terjadi karena dilakukan perbandingan antar merek aplikasi itu sendiri (seperti Tokopedia dengan Tokopedia), yang tentu tidak ada nilainya.

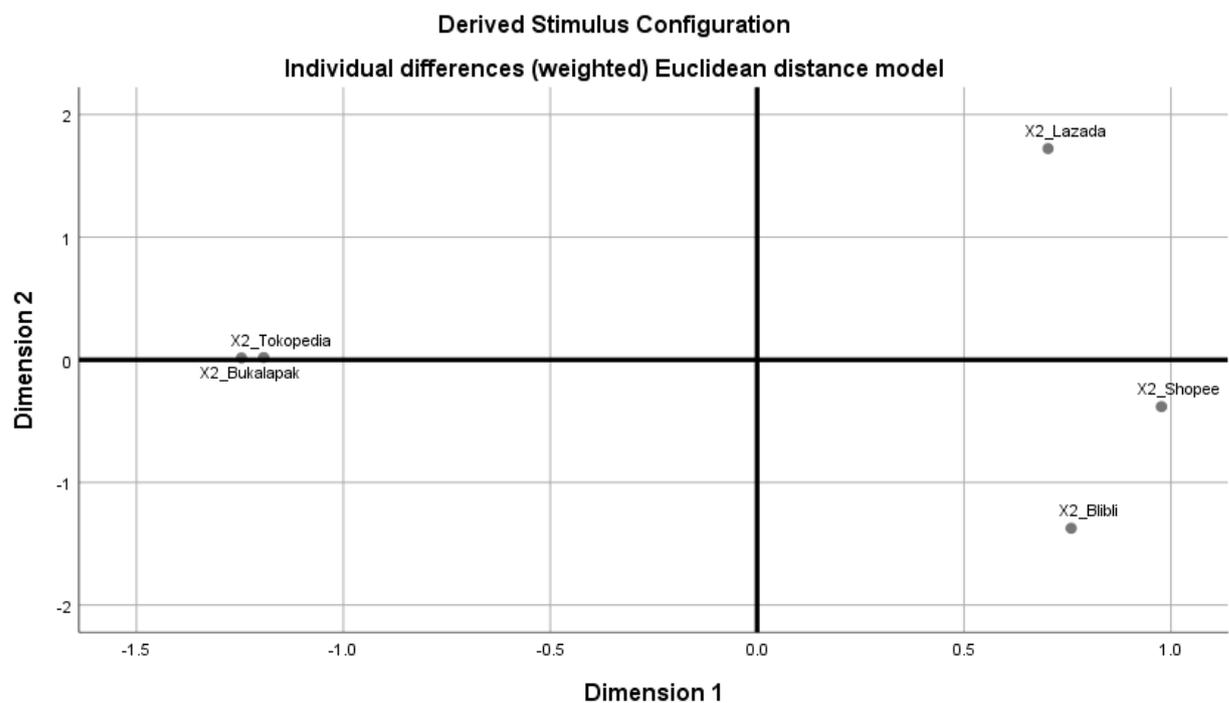
Jawaban untuk responden kedua, ketiga, keempat, kelima dan seterusnya akan memiliki variasi jawaban yang tidak harus sama dengan jawaban responden pertama. Secara keseluruhan jawaban responden tentang penilaian kemiripan masing-masing merek aplikasi berdasarkan Information Quality (Kualitas Informasi) mencerminkan persepsi masyarakat. Posisi aplikasi marketplace menurut persepsi masyarakat dapat dilihat pada koordinat seperti pada Tabel 4.9 berikut ini:

Tabel 4.9
Koordinat Merek Aplikasi di Kota Bandar Lampung Berdasarkan
Information Quality (Kualitas Informasi)

| No | Merek | Absis (Dimensi I) | Absis (Dimensi II) |
|----|------------------|-------------------|--------------------|
| 1 | Tokopedia | -1,1925 | 0,0187 |
| 2 | Shopee | 0,9770 | -0,3821 |
| 3 | Bukalapak | -1,2463 | 0,0151 |
| 4 | Lazada | 0,7030 | 1,7221 |
| 5 | Blibli | 0,7589 | -1,3739 |

Sumber : Hasil data diolah tahun 2020

Berdasarkan koordinat pada Tabel 4.9 dapat dihasilkan peta *positioning* dari masing-masing aplikasi marketplace dengan konfigurasi seperti Gambar 4.4.



Sumber : Hasil data diolah tahun 2020

Gambar 4.4 Peta *Positioning* 2 Dimensi

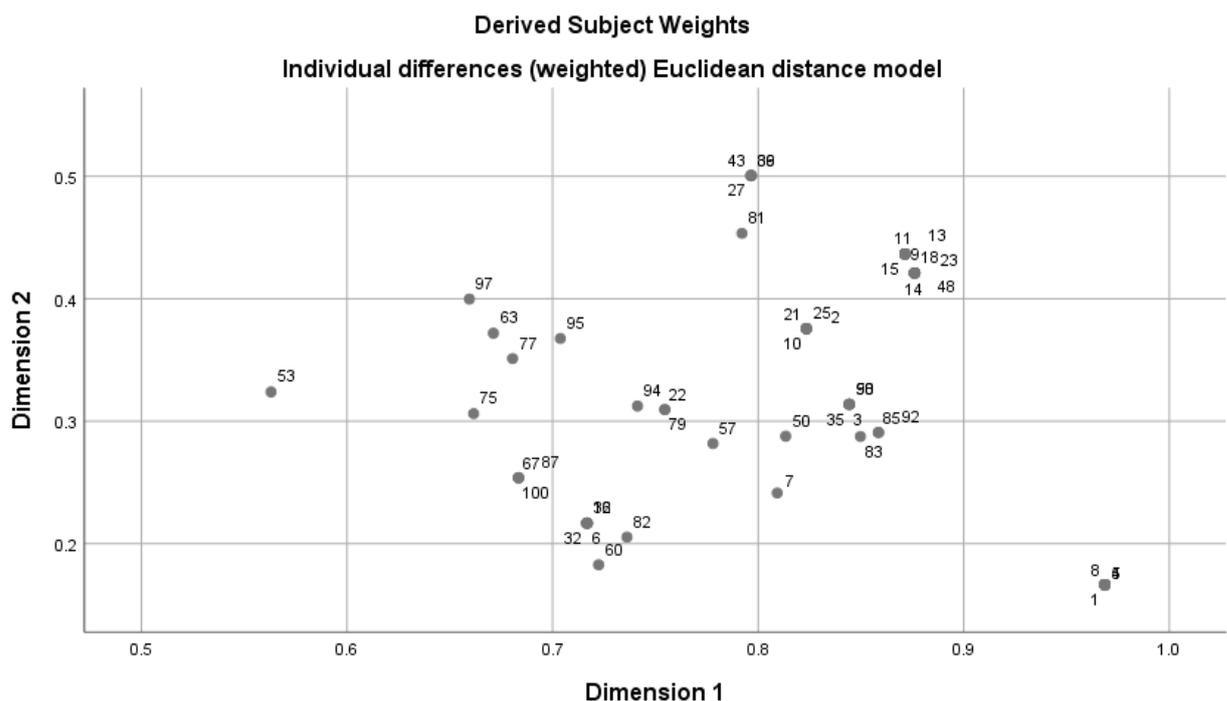
Kualitas Produk Information Quality (Kualitas Informasi)

Gambar 4.4 adalah peta hasil proses INDSCAL (*Individual Differences (weighted) Euclidean Distance Model*) untuk menampilkan peta MDS dari lima merek aplikasi yaitu Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, Blibli. Gambar peta tersebut menunjukkan bahwa merek aplikasi (Blibli, Shopee) dan (Tokopedia,

Bukalapak) jaraknya berdekatan. Jarak posisi yang berdekatan dari pasangan ini adalah sebuah hasil dari persepsi masyarakat bahwa merek aplikasi yang diperbandingkan memiliki kemiripan satu sama lain berdasarkan Information Quality (Kualitas Informasi). Gambar peta tersebut juga menunjukkan bahwa Lazada letaknya berjauhan, sehingga merek aplikasi tersebut memiliki perbedaan satu sama lain dengan lainnya berdasarkan Information Quality (Kualitas Informasi) atau tidak ada kemiripan.

MDS juga menyediakan fasilitas untuk menguji dan mengetahui kesamaan sikap responden dalam menilai kemiripan obyek, apabila jawaban antar responden atas atribut tertentu relatif sama, maka jawaban responden dapat disebut homogen (selaras)

a. Uji Konsisten Responden Kemiripan Kualitas Produk Berdasarkan Information Quality (Kualitas Informasi)

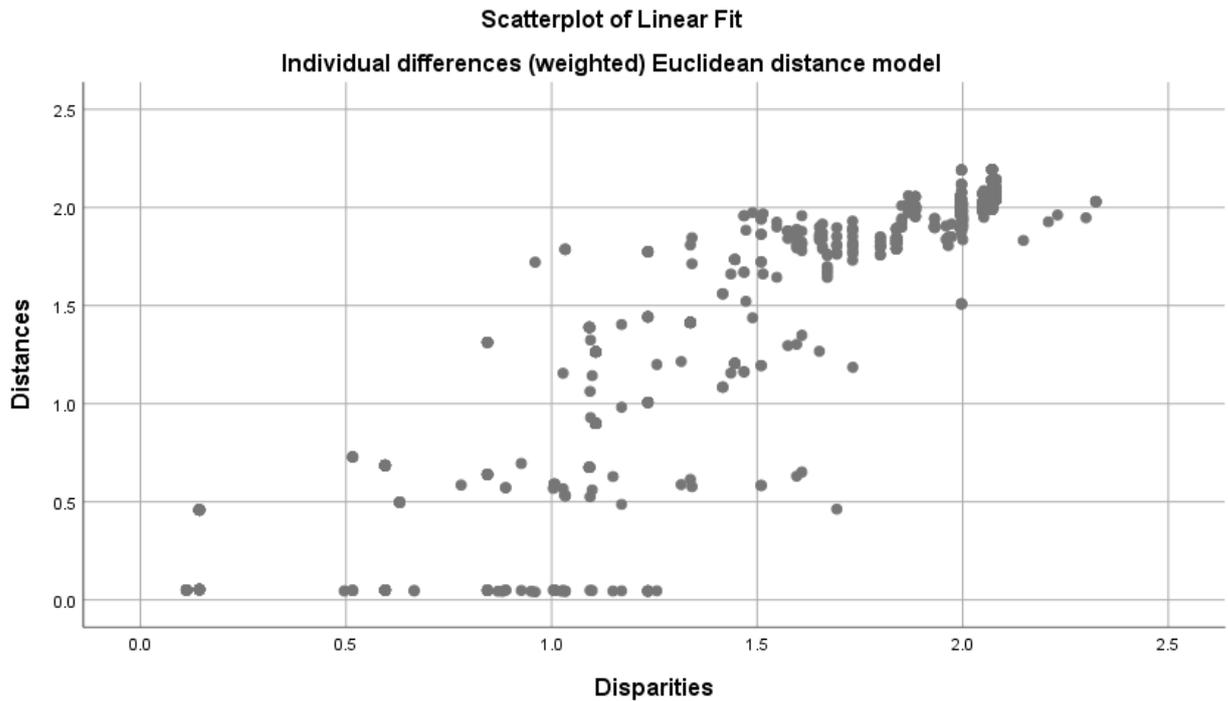


Sumber : Hasil data diolah tahun 2020

Gambar 4.5 Peta Positioning 2 Dimensi Konsisten Responden Kemiripan Kualitas Produk Information Quality (Kualitas Informasi)

Gambar 4.5 menunjukkan bahwa posisi 100 responden membentuk sebuah kelompok menunjukkan bahwa penilai responden membuktikan bahwa ada konsistensi jawaban antar responden dalam menilai kemiripan merek aplikasi berdasarkan Information Quality (Kualitas Informasi).

b. Uji Kesamaan Sikap Kemiripan Information Quality (Kualitas Informasi).



Sumber : Hasil data diolah tahun 2020

Gambar 4.6 Peta *Positioning* 2 Dimensi

Kesamaan Sikap Tentang Kemiripan Information Quality (Kualitas Informasi)

Gambar 4.6 berisi kumpulan koordinat dari 5 x 100 isi kuesioner, tingkat kesamaan sikap ini ditunjukkan oleh grafik *scatterplot of linear fit* terlihat bahwa titik-titik koordinat membentuk kelompok koordinat yang konfigurasiya membentuk garis dari kiri bawah ke kanan atas. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki kesamaa sikap dalam menilai kemiripan merek aplikasi berdasarkan Information Quality (Kualitas Informasi).

4.2.2.3 Peta Positioning Consumer Services (Layanan Konsumen)

E-servqual ini adalah mengenai kemudahan akses mengajukan pertanyaan yang belum dipahami oleh pengguna mengenai segala proses yang terjadi ketika berbelanja di aplikasi.

Tabel 4.9

E-sevqual (responden ke-1) Tentang Kemiripan Consumer Services

| Merek Apk | Tokopedia | Shopee | Bukalapak | Lazada | Blibli |
|------------------|------------------|---------------|------------------|---------------|---------------|
| Tokopedia | | | | | |
| Shopee | 5 | | | | |
| Bukalapak | 2 | 5 | | | |
| Lazada | 4 | 4 | 4 | | |
| Blibli | 4 | 3 | 4 | 4 | |

Sumber : Hasil data diolah tahun 2020

Jawaban responden pertama pada Tabel 4.9 menunjukkan bahwa:

- a. Kemiripan antara Tokopedia dengan Shopee dapat dilihat pada baris dua dan kolom satu dengan nilai (skala) 5. Hal ini berarti kedua Merek Aplikasi sangat mirip.
- b. Kemiripan antara Tokopedia dengan Bukalapak dapat dilihat pada baris tiga dan kolom satu dengan nilai (skala) 2. Hal ini berarti kedua Merek Aplikasi tidak mirip.
- c. Kemiripan antara Tokopedia dengan Lazada dapat dilihat pada baris empat dan kolom satu dengan nilai (skala) 4. Hal ini berarti kedua Merek Aplikasi mirip.
- d. Kemiripan antara Tokopedia dengan Blibli dapat dilihat pada baris kelima dan kolom satu dengan nilai (skala) 4. Hal ini berarti kedua Merek Aplikasi mirip.
- e. Demikian seterusnya untuk arti angka yang lain. Angka 0 terjadi karena dilakukan perbandingan antar merek aplikasi itu sendiri (seperti Tokopedia dengan Tokopedia), yang tentu tidak ada nilainya.

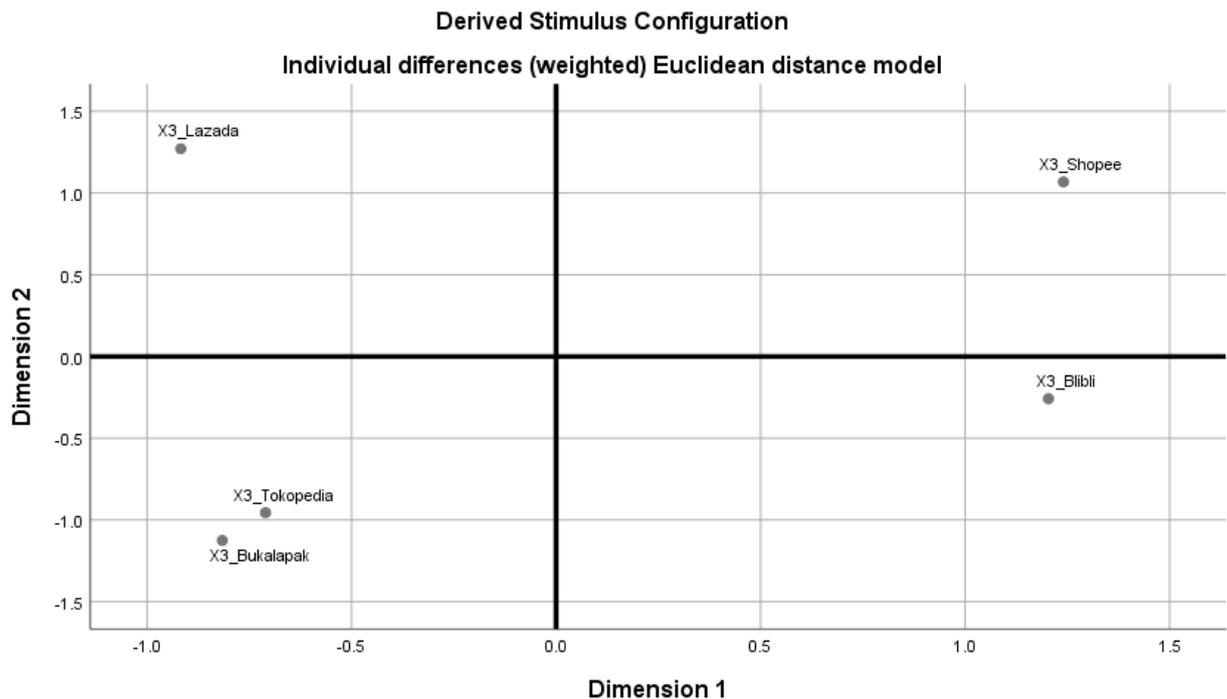
Jawaban untuk responden kedua, ketiga, keempat, kelima dan seterusnya akan memiliki variasi jawaban yang tidak harus sama dengan jawaban responden pertama. Secara keseluruhan jawaban responden tentang penilaian kemiripan masing-masing merek aplikasi berdasarkan Consumer Services (Layanan Konsumen) mencerminkan persepsi masyarakat. Posisi merek aplikasi menurut persepsi masyarakat dapat dilihat pada koordinat seperti pada Tabel 4.10 berikut ini:

Tabel 4.10
Koordinat Merek Aplikasi di Kota Bandar Lampung Berdasarkan
Consumer Services (Layanan Konsumen)

| No | Merek | Absis (Dimensi I) | Absis (Dimensi II) |
|----|------------------|-------------------|--------------------|
| 1 | Tokopedia | -0,7104 | -0,9552 |
| 2 | Shopee | 1,2402 | 1,0682 |
| 3 | Bukalapak | -0,8161 | -1,1251 |
| 4 | Lazada | -0,9176 | 1,2704 |
| 5 | Blibli | 1,2038 | -0,2584 |

Sumber : Hasil data diolah tahun 2020

Berdasarkan koordinat pada Tabel 4.10 dapat dihasilkan peta *positioning* dari masing-masing aplikasi marketplace dengan konfigurasi seperti Gambar 4.7.



Sumber : Hasil data diolah tahun 2020

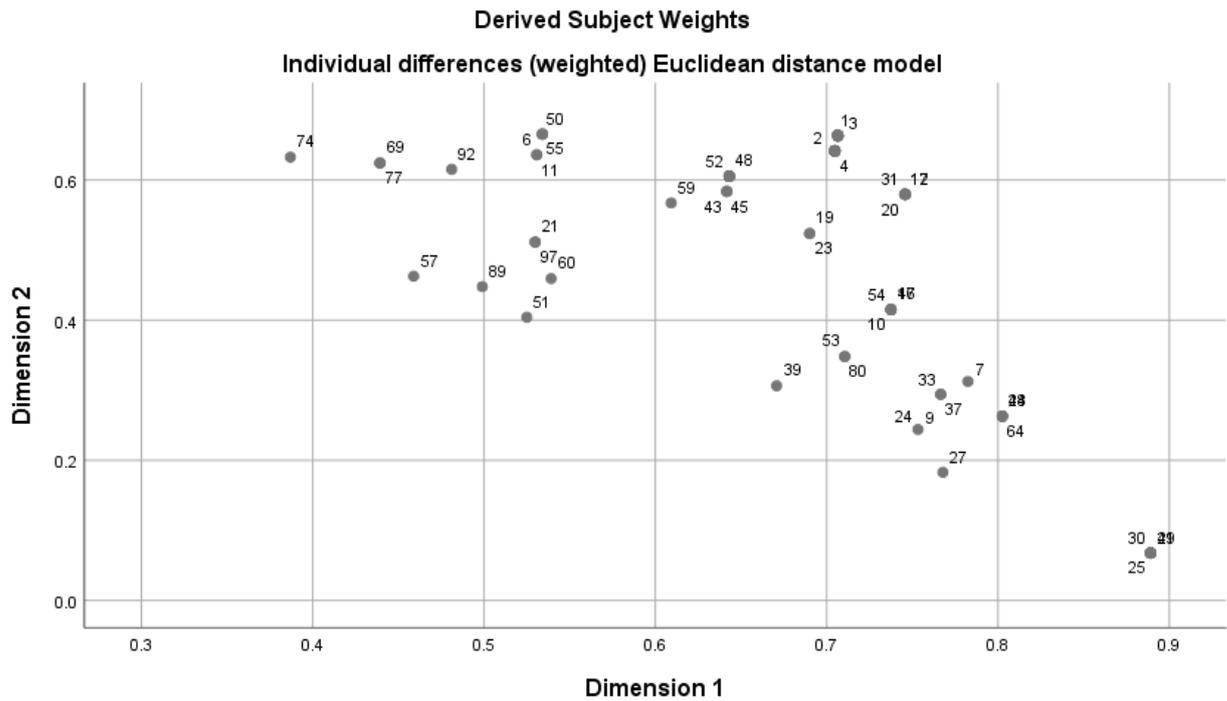
Gambar 4.7 Peta *Positioning* 2 Dimensi

Kualitas Produk Consumer Services (Layanan Konsumen)

Gambar 4.7 adalah peta hasil proses INDSCAL (*Individual Differences (weighted) Euclidean Distance Model*) untuk menampilkan peta MDS dari lima merek aplikasi yaitu Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, Blibli. Gambar peta tersebut menunjukkan bahwa merek aplikasi Tokopedia dan Bukalapak jaraknya berdekatan. Jarak posisi yang berdekatan dari pasangan ini adalah sebuah hasil dari *persepsi masyarakat* bahwa merek aplikasi yang diperbandingkan memiliki kemiripan satu sama lain berdasarkan Consumer Services (Layanan Konsumen). Gambar peta tersebut juga menunjukkan bahwa Shopee, Lazada dan Blibli letaknya berjauhan, sehingga merek aplikasi tersebut memiliki perbedaan satu sama lain berdasarkan Consumer Services (Layanan Konsumen) atau tidak ada kemiripan.

MDS juga menyediakan fasilitas untuk menguji dan mengetahui kesamaan sikap responden dalam menilai kemiripan obyek, apabila jawaban antar responden atas atribut tertentu relatif sama, maka jawaban responden dapat disebut homogen (selaras)

- a. Uji Konsisten Responden Kemiripan Kualitas Produk Berdasarkan Consumer Services (Layanan Konsumen)



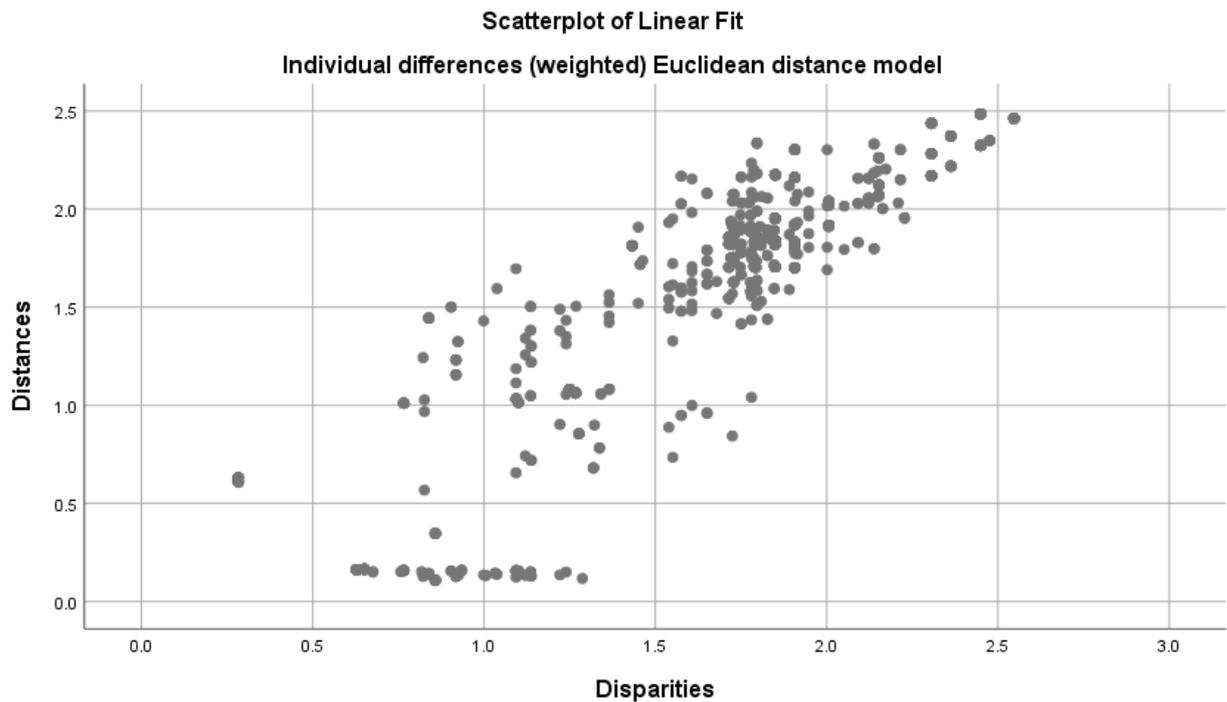
Sumber : Hasil data diolah tahun 2020

Gambar 4.8 Peta Positioning 2 Dimensi Konsisten

Responden Kemiripan Kualitas Produk Information Quality (Kualitas Informasi)

Gambar 4.8 menunjukkan bahwa posisi 100 responden membentuk sebuah kelompok yang menunjukkan bahwa penilai responden membuktikan bahwa ada konsistensi jawaban antar responden dalam menilai kemiripan merek aplikasi berdasarkan Consumer Services (Layanan Konsumen).

b. Uji Kesamaan Sikap Kemiripan Consumer Services (Layanan Konsumen)



Sumber : Hasil data diolah tahun 2020

Gambar 4.9 Peta *Positioning* 2 Dimensi

Kesamaan Sikap Tentang Kemiripan Information Quality (Kualitas Informasi)
Gambar 4.9 berisi kumpulan koordinat dari 5 x 100 isi kuesioner, tingkat kesamaan sikap ini ditunjukkan oleh grafik *scatterplot of linear fit* terlihat bahwa titik-titik koordinat membentuk kelompok koordinat yang konfigurasiya membentuk garis dari kiri bawah ke kanan atas. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki kesamaa sikap dalam menilai kemiripan merek aplikasi berdasarkan Consumer Services (Layanan Konsumen).

4.2.2.4 Peta *Positioning* Website Design (Application Design)

E-servqual ini adalah mengenai design aplikasi yang dirancang oleh perusahaan yang dapat memberikan perhatian lebih kepada pengguna dan bisa memberikan informasi tambahan ketika pengguna melihat dari logo aplikasi.

Tabel 4.11

E-sevqual (responden ke-1) Tentang Kemiripan Website Design (Application Design)

| Merek Apk | Tokopedia | Shopee | Bukalapak | Lazada | Blibli |
|------------------|------------------|---------------|------------------|---------------|---------------|
| Tokopedia | | | | | |
| Shopee | 4 | | | | |
| Bukalapak | 2 | 4 | | | |
| Lazada | 4 | 3 | 4 | | |
| Blibli | 4 | 2 | 4 | 4 | |

Sumber : Hasil data diolah tahun 2020

Jawaban responden pertama pada Tabel 4.11 menunjukkan bahwa:

- a. Kemiripan antara Tokopedia dengan Shopee dapat dilihat pada baris dua dan kolom satu dengan nilai (skala) 4. Hal ini berarti kedua Merek Aplikasi mirip.
- b. Kemiripan antara Tokopedia dengan Bukalapak dapat dilihat pada baris tiga dan kolom satu dengan nilai (skala) 2. Hal ini berarti kedua Merek Aplikasi tidak mirip.
- c. Kemiripan antara Tokopedia dengan Lazada dapat dilihat pada baris empat dan kolom satu dengan nilai (skala) 4. Hal ini berarti kedua Merek Aplikasi mirip.
- d. Kemiripan antara Tokopedia dengan Blibli dapat dilihat pada baris kelima dan kolom satu dengan nilai (skala) 4. Hal ini berarti kedua Merek Aplikasi mirip.
- e. Demikian seterusnya untuk arti angka yang lain. Angka 0 terjadi karena dilakukan perbandingan antar merek aplikasi itu sendiri (seperti Tokopedia dengan Tokopedia), yang tentu tidak ada nilainya.

Jawaban untuk responden kedua, ketiga, keempat, kelima dan seterusnya akan memiliki variasi jawaban yang tidak harus sama dengan jawaban responden pertama. Secara keseluruhan jawaban responden tentang penilaian kemiripan masing-masing merek aplikasi berdasarkan Website Design (Application Design)

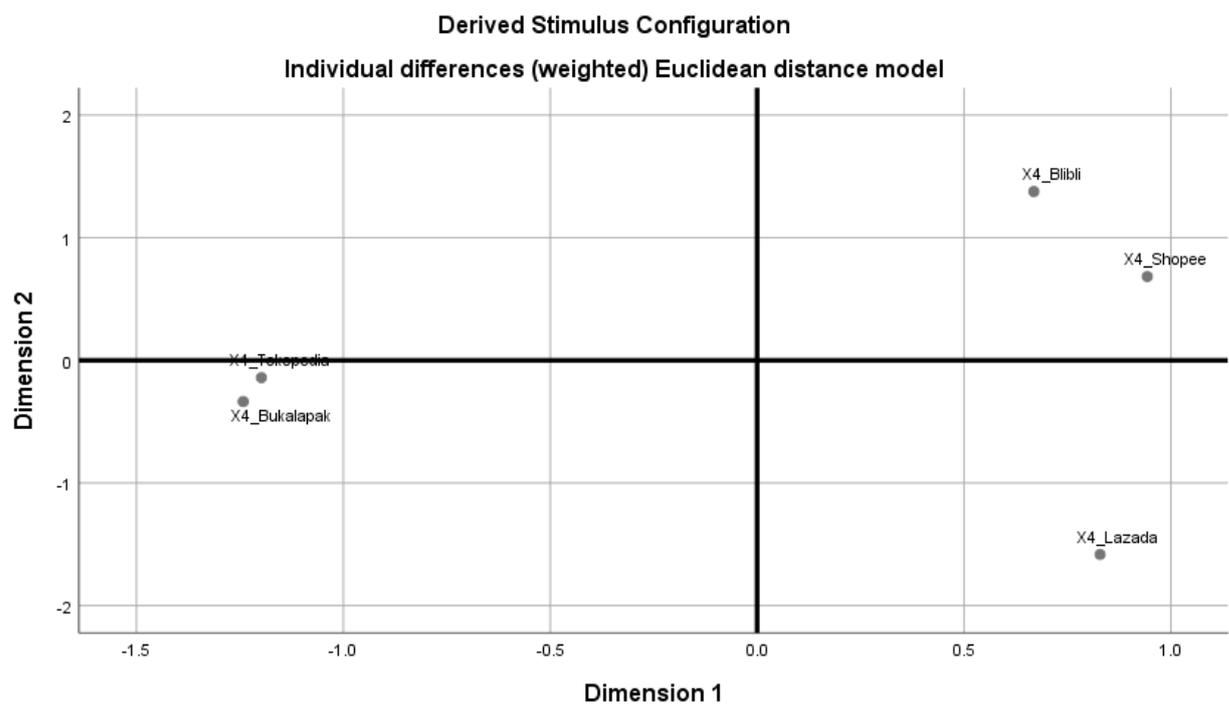
mencerminkan persepsi masyarakat. Posisi merek aplikasi menurut persepsi masyarakat dapat dilihat pada koordinat seperti pada Tabel 4.12 berikut ini:

Tabel 4.12 Koordinat Merek Aplikasi di Kota Bandar Lampung Berdasarkan Website Design (Application Design)

| No | Merek | Absis (Dimensi I) | Absis (Dimensi II) |
|----|------------------|-------------------|--------------------|
| 1 | Tokopedia | -1,1980 | -0,1410 |
| 2 | Shopee | 0,9427 | 0,6832 |
| 3 | Bukalapak | -1,2420 | -0,3364 |
| 4 | Lazada | 0,8287 | -1,5826 |
| 5 | Blibli | 0,6685 | 1,3768 |

Sumber : Hasil data diolah tahun 2020

Berdasarkan koordinat pada Tabel 4.12 dapat dihasilkan peta *positioning* dari masing-masing aplikasi marketplace dengan konfigurasi seperti Gambar 4.10



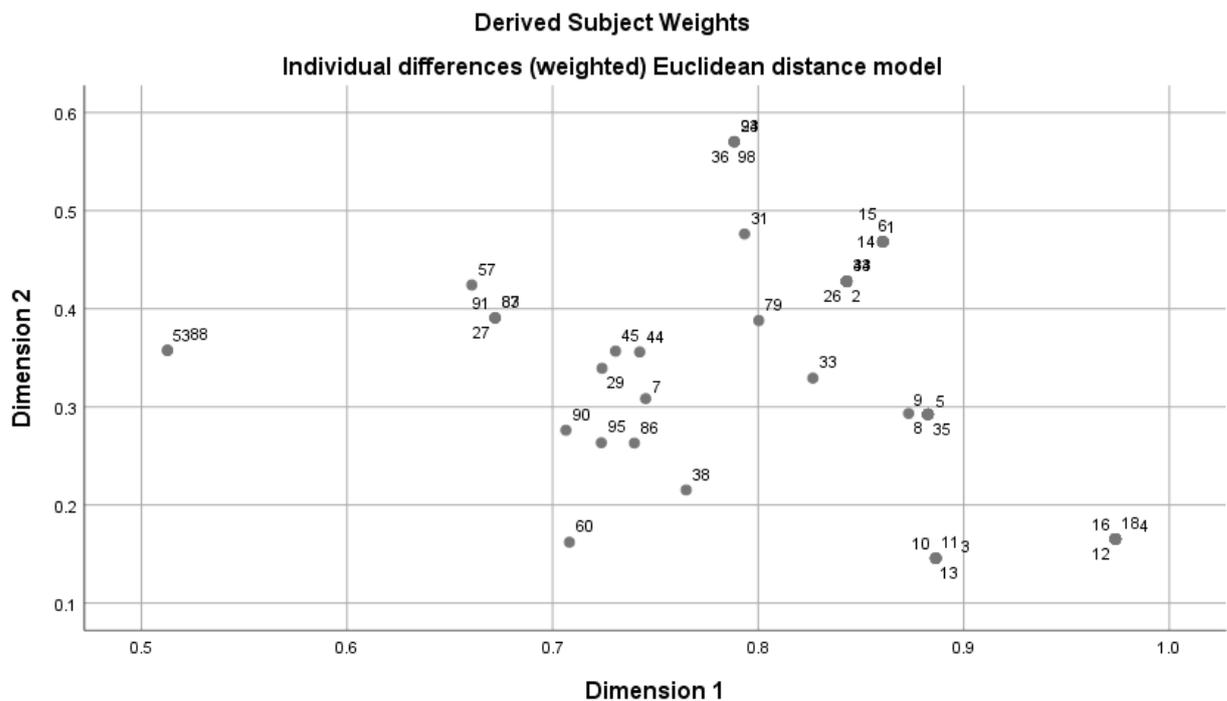
Sumber : Hasil data diolah tahun 2020

Gambar 4.10 Peta *Positioning* 2 Dimensi
Kualitas Produk Website Design (Application Design)

Gambar 4.10 adalah peta hasil proses INDSCAL (*Individual Differences (weighted) Euclidean Distance Model*) untuk menampilkan peta MDS dari lima merek aplikasi yaitu Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, Blibli. Gambar peta tersebut menunjukkan bahwa merek aplikasi Tokopedia dan Bukalapak jaraknya berdekatan. Jarak posisi yang berdekatan dari pasangan ini adalah sebuah hasil dari *persepsi masyarakat* bahwa merek aplikasi yang diperbandingkan memiliki kemiripan satu sama lain berdasarkan Website Design (Application Design). Gambar peta tersebut juga menunjukkan bahwa Shopee, Lazada dan Blibli letaknya berjauhan, sehingga merek aplikasi tersebut memiliki perbedaan satu sama lain berdasarkan Website Design (Application Design) atau tidak ada kemiripan.

MDS juga menyediakan fasilitas untuk menguji dan mengetahui kesamaan sikap responden dalam menilai kemiripan obyek, apabila jawaban antar responden atas atribut tertentu relatif sama, maka jawaban responden dapat disebut homogen (selaras)

- a. Uji Konsisten Responden Kemiripan Kualitas Produk Berdasarkan Website Design (Application Design)

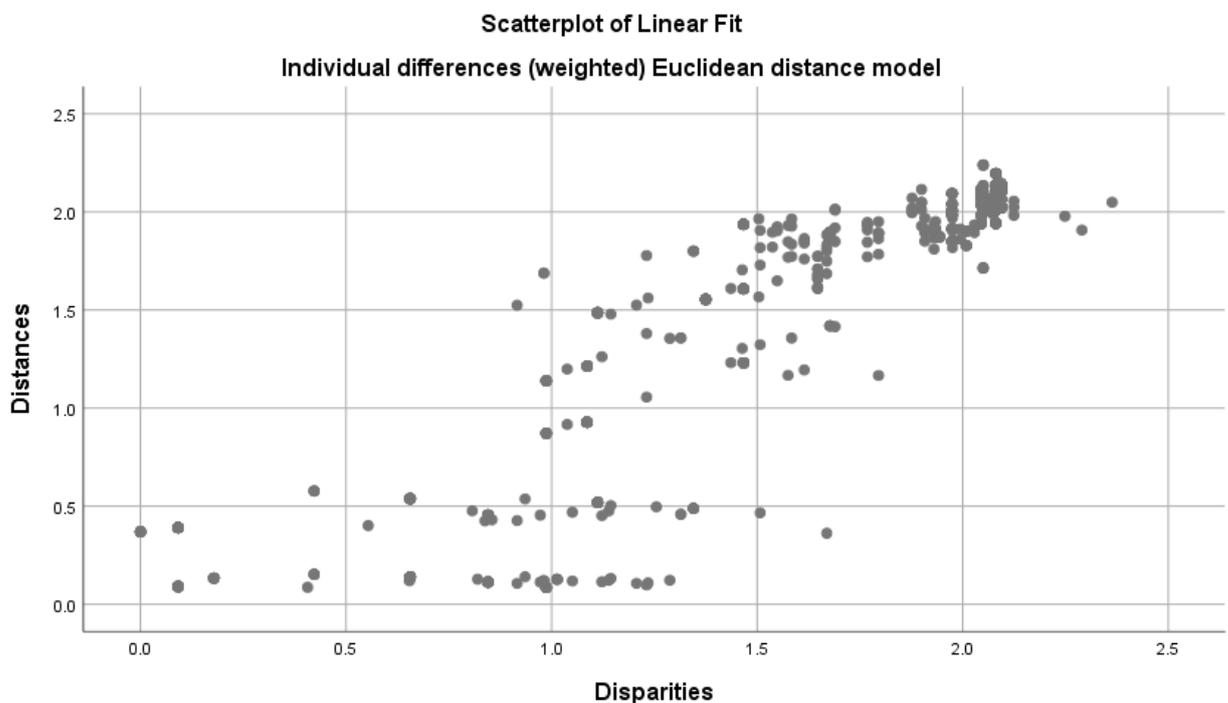


Sumber : Hasil data diolah tahun 2020

Gambar 4.11 peta Positioning 2 Dimensi Konsisten
 Responden Kemiripan Kualitas Produk Website Design (Application Design)

Gambar 4.11 menunjukkan bahwa posisi 100 responden membentuk sebuah kelompok yang menunjukkan bahwa penilain responden membuktikan bahwa ada konsistensi jawaban antar responden dalam menilai kemiripan merek aplikasi berdasarkan Website Design (Application Design).

b. Uji Kesamaan Sikap Kemiripan Website Design (Application Design).



Sumber : Hasil data diolah tahun 2020

Gambar 4.12 Peta Positioning 2 Dimensi

Kesamaan Sikap Tentang Kemiripan Website Design (Application Design)

Gambar 4.12 berisi kumpulan koordinat dari 5 x 100 isi kuesioner, tingkat kesamaan sikap ini ditunjukkan oleh grafik *scatterplot of linear fit* terlihat bahwa titik-titik koordinat membentuk kelompok koordinat yang konfigurasiya membentuk garis dari kiri bawah ke kanan atas. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki kesamaa sikap dalam menilai kemiripan merek aplikasi berdasarkan Website Design (Application Design).

4.2.2.5 Peta Positioning Process Controllability (Proses Kontrol)

E-servqual ini adalah mengenai kemudahan konsumen dalam melihat segala proses yang berhubungan dengan proses belanja di aplikasi marketplace.

Tabel 4.13

**E-servqual (responden ke-1) Tentang Kemiripan Process Controllability
(Proses Kontrol)**

| Merek Apk | Tokopedia | Shopee | Bukalapak | Lazada | Blibli |
|------------------|-----------|--------|-----------|--------|--------|
| Tokopedia | | | | | |
| Shopee | 5 | | | | |
| Bukalapak | 2 | 5 | | | |
| Lazada | 2 | 4 | 4 | | |
| Blibli | 4 | 3 | 4 | 5 | |

Sumber : Hasil data diolah tahun 2020

Jawaban responden pertama pada Tabel 4.13 menunjukkan bahwa:

- a. Kemiripan antara Tokopedia dengan Shopee dapat dilihat pada baris dua dan kolom satu dengan nilai (skala) 5. Hal ini berarti kedua Merek Aplikasi sangat mirip.
- b. Kemiripan antara Tokopedia dengan Bukalapak dapat dilihat pada baris tiga dan kolom satu dengan nilai (skala) 2. Hal ini berarti kedua Merek Aplikasi tidak mirip.
- c. Kemiripan antara Tokopedia dengan Lazada dapat dilihat pada baris empat dan kolom satu dengan nilai (skala) 2. Hal ini berarti kedua Merek Aplikasi tidak mirip.
- d. Kemiripan antara Tokopedia dengan Blibli dapat dilihat pada baris kelima dan kolom satu dengan nilai (skala) 4. Hal ini berarti kedua Merek Aplikasi mirip.
- e. Demikian seterusnya untuk arti angka yang lain. Angka 0 terjadi karena dilakukan perbandingan antar merek aplikasi itu sendiri (seperti Tokopedia dengan Tokopedia), yang tentu tidak ada nilainya.

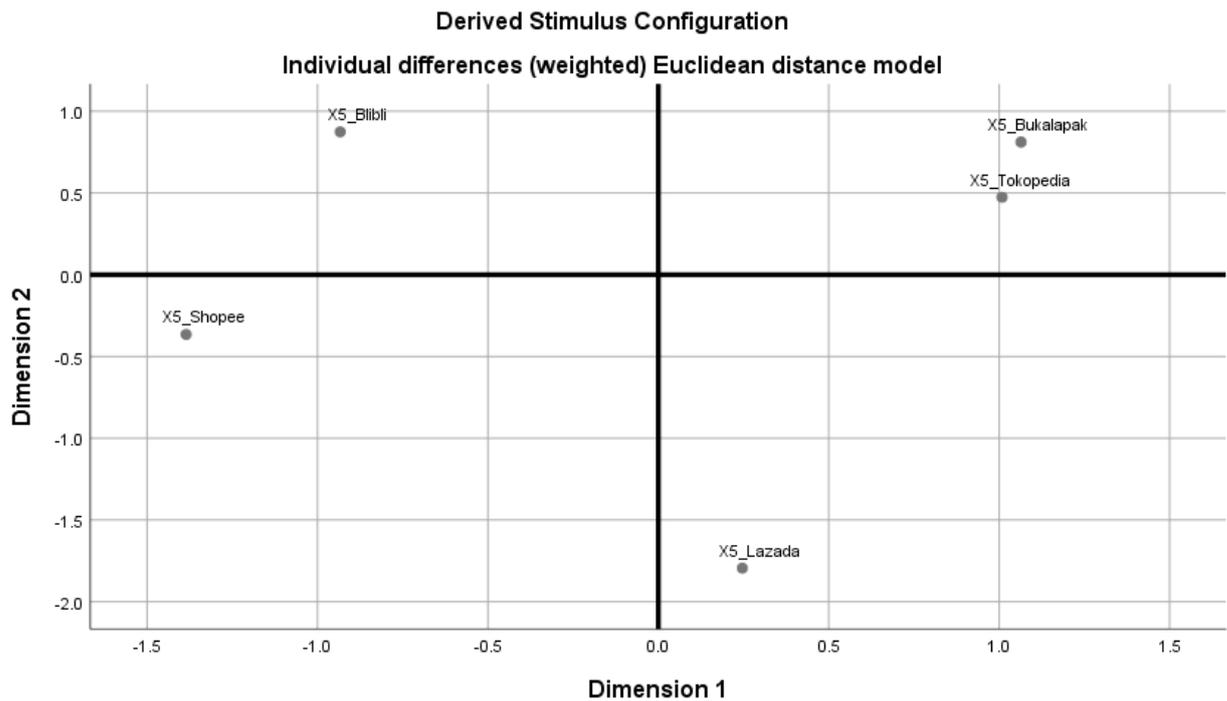
Jawaban untuk responden kedua, ketiga, keempat, kelima dan seterusnya akan memiliki variasi jawaban yang tidak harus sama dengan jawaban responden pertama. Secara keseluruhan jawaban responden tentang penilaian kemiripan masing-masing merek aplikasi berdasarkan Process Controllability (Proses Kontrol) mencerminkan persepsi masyarakat. Posisi merek aplikasi menurut persepsi masyarakat dapat dilihat pada koordinat seperti pada Tabel 4.14 berikut ini:

Tabel 4.14
Koordinat Merek Aplikasi di Kota Bandar Lampung Berdasarkan Process Controllability (Proses Kontrol)

| No | Merek | Absis (Dimensi I) | Absis (Dimensi II) |
|----|------------------|-------------------|--------------------|
| 1 | Tokopedia | 1,0083 | 0,4742 |
| 2 | Shopee | -1,3853 | -0,3650 |
| 3 | Bukalapak | 1,0641 | 0,8114 |
| 4 | Lazada | 0,2463 | -1,7944 |
| 5 | Blibli | -0,9334 | 0,8739 |

Sumber : Hasil data diolah tahun 2020

Berdasarkan koordinat pada Tabel 4.14 dapat dihasilkan peta *positioning* dari masing-masing aplikasi marketplace dengan konfigurasi seperti Gambar 4.13



sumberr : Hasil data diolah tahun 2020

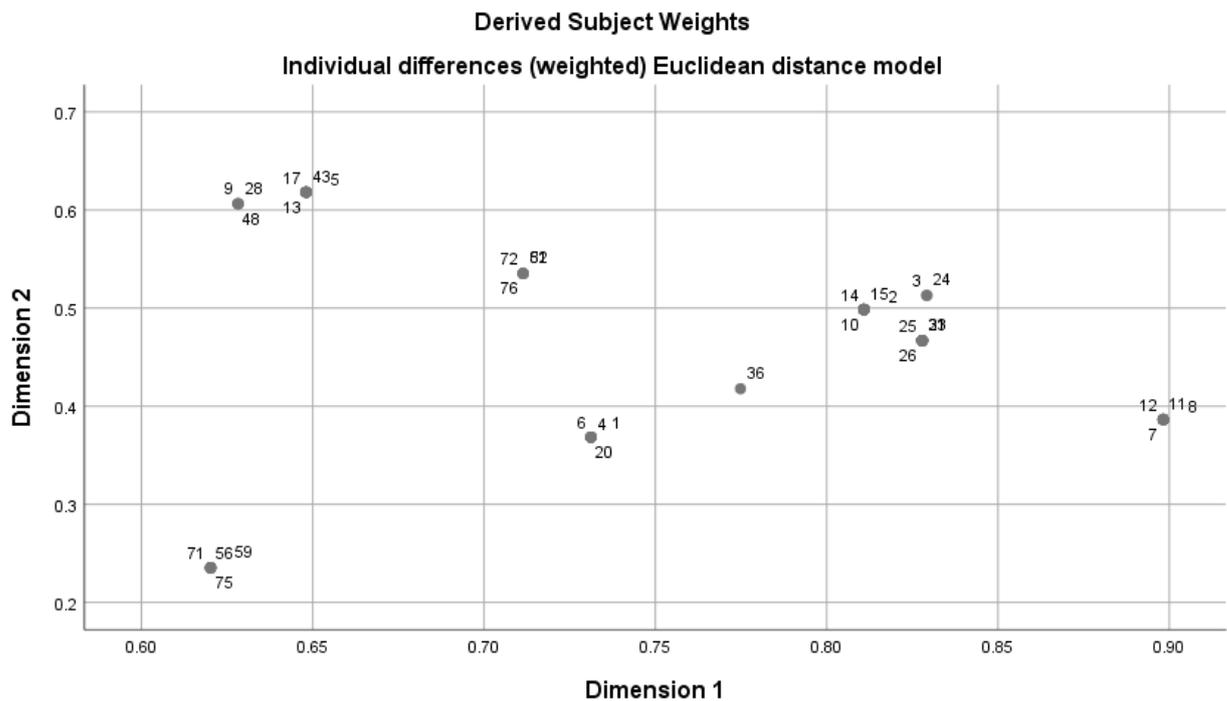
Gambar 4.13 Peta *Positioning* 2 Dimensi

Kualitas Produk Process Controllability (Proses Kontrol)

Gambar 4.13 adalah peta hasil proses INDSCAL (*Individual Differences (weighted) Euclidean Distance Model*) untuk menampilkan peta MDS dari lima merek aplikasi yaitu Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, Blibli. Gambar peta tersebut menunjukkan bahwa merek aplikasi Tokopedia dan Bukalapak jaraknya berdekatan. Jarak posisi yang berdekatan dari pasangan ini adalah sebuah hasil dari persepsi masyarakat bahwa merek aplikasi yang diperbandingkan memiliki kemiripan satu sama lain berdasarkan Process Controllability (Proses Kontrol). Gambar peta tersebut juga menunjukkan bahwa Shopee, Lazada dan Blibli letaknya berjauhan, sehingga merek aplikasi tersebut memiliki perbedaan satu sama lain berdasarkan Process Controllability (Proses Kontrol) atau tidak ada kemiripan.

MDS juga menyediakan fasilitas untuk menguji dan mengetahui kesamaan sikap responden dalam menilai kemiripan obyek, apabila jawaban antar responden atas atribut tertentu relatif sama, maka jawaban responden dapat disebut homogen (selaras)

- a. Uji Konsisten Responden Kemiripan Kualitas Produk Berdasarkan Process Controllability (Proses Kontrol)



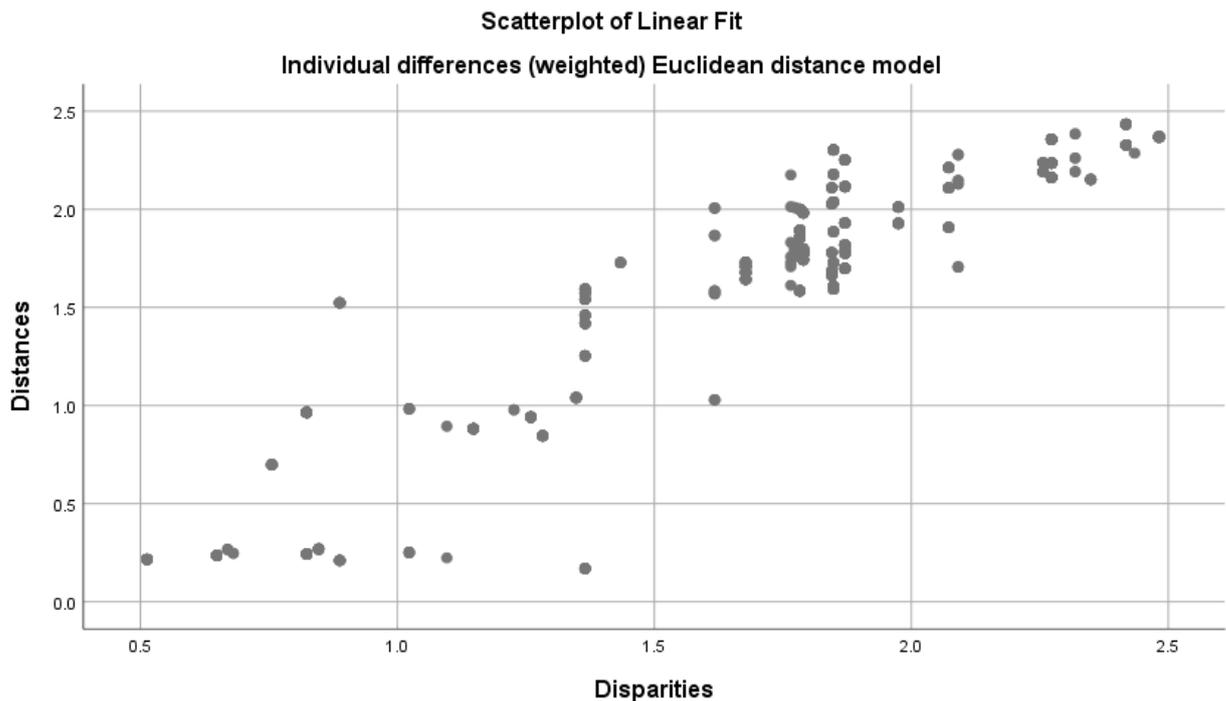
Sumber : Hasil data diolah tahun 2020

Gambar 4.14 peta Positioning 2 Dimensi Konsisten

Responden Kemiripan Kualitas Produk Process Controllability (Proses Kontrol)

Gambar 4.14 menunjukkan bahwa posisi 100 responden membentuk sebuah kelompok yang menunjukkan bahwa penilai responden membuktikan bahwa ada konsistensi jawaban antar responden dalam menilai kemiripan merek aplikasi berdasarkan Process Controllability (Proses Kontrol).

- b. Uji Kesamaan Sikap Kemiripan Process Controllability (Proses Kontrol)



Sumber : Hasil data diolah tahun 2020

Gambar 4.15 Peta *Positioning* 2 Dimensi

Kesamaan Sikap Tentang Kemiripan Process Controllability (Proses Kontrol)

Gambar 4.15 berisi kumpulan koordinat dari 5 x 100 isi kuesioner, tingkat kesamaan sikap ini ditunjukkan oleh grafik *scatterplot of linear fit* terlihat bahwa titik-titik koordinat membentuk kelompok koordinat yang konfigurasiya membentuk garis dari kanan atas ke kiri bawah. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki kesamaa sikap dalam menilai kemiripan merek aplikasi berdasarkan Process Controllability (Proses Kontrol).

4.2.2.6 Peta Positioning Outcome Quality (Kualitas Hasil)

E-servqual ini adalah mengenai produk yang dikirim oleh marketplace yang sesuai dengan harapan konsumen sesuai dengan keterangan yang ada pada deskripsi produk.

Tabel 4.15

E-servqual (responden ke-1) Tentang Kemiripan Outcome Quality (Kualitas Hasil)

| Merek Apk | Tokopedia | Shopee | Bukalapak | Lazada | Blibli |
|------------------|------------------|---------------|------------------|---------------|---------------|
| Tokopedia | | | | | |
| Shopee | 4 | | | | |
| Bukalapak | 5 | 4 | | | |
| Lazada | 4 | 5 | 4 | | |
| Blibli | 4 | 5 | 4 | 1 | |

Sumber : Hasil data diolah tahun 2020

Jawaban responden pertama pada Tabel 4.15 menunjukkan bahwa:

- a. Kemiripan antara Tokopedia dengan Shopee dapat dilihat pada baris dua dan kolom satu dengan nilai (skala) 4. Hal ini berarti kedua Merek Aplikasi mirip.
- b. Kemiripan antara Tokopedia dengan Bukalapak dapat dilihat pada baris tiga dan kolom satu dengan nilai (skala) 5. Hal ini berarti kedua Merek Aplikasi sangat mirip.
- c. Kemiripan antara Tokopedia dengan Lazada dapat dilihat pada baris empat dan kolom satu dengan nilai (skala) 4. Hal ini berarti kedua Merek Aplikasi mirip.
- d. Kemiripan antara Tokopedia dengan Blibli dapat dilihat pada baris kelima dan kolom satu dengan nilai (skala) 4. Hal ini berarti kedua Merek Aplikasi mirip.
- e. Demikian seterusnya untuk arti angka yang lain. Angka 0 terjadi karena dilakukan perbandingan antar merek aplikasi itu sendiri (seperti Tokopedia dengan Tokopedia), yang tentu tidak ada nilainya.

Jawaban untuk responden kedua, ketiga, keempat, kelima dan seterusnya akan memiliki variasi jawaban yang tidak harus sama dengan jawaban responden pertama. Secara keseluruhan jawaban responden tentang penilaian kemiripan masing-masing merek aplikasi berdasarkan Outcome Quality (Kualitas Hasil)

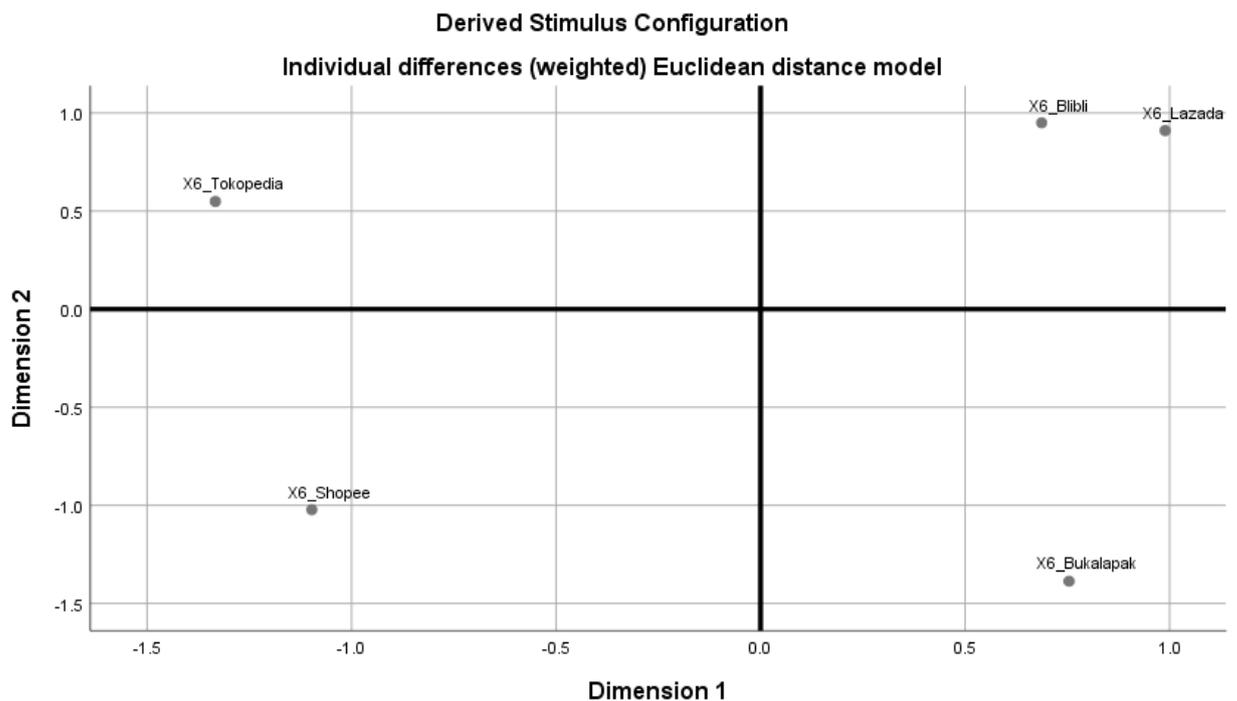
mencerminkan persepsi masyarakat. Posisi merek aplikasi menurut persepsi masyarakat dapat dilihat pada koordinat seperti pada Tabel 4.16 berikut ini:

Tabel 4.16
Koordinat Merek Aplikasi di Kota Bandar Lampung Berdasarkan Outcome Quality (Kualitas Hasil)

| No | Merek | Absis (Dimensi I) | Absis (Dimensi II) |
|----|------------------|-------------------|--------------------|
| 1 | Tokopedia | -1,3330 | 0,5489 |
| 2 | Shopee | -1,0973 | -1,0222 |
| 3 | Bukalapak | 0,7541 | -1,3868 |
| 4 | Lazada | 0,9891 | 0,9101 |
| 5 | Blibli | 0,6871 | 0,9500 |

Sumber : Hasil data diolah tahun 2020

Berdasarkan koordinat pada Tabel 4.16 dapat dihasilkan peta *positioning* dari masing-masing aplikasi marketplace dengan konfigurasi seperti Gambar 4.16



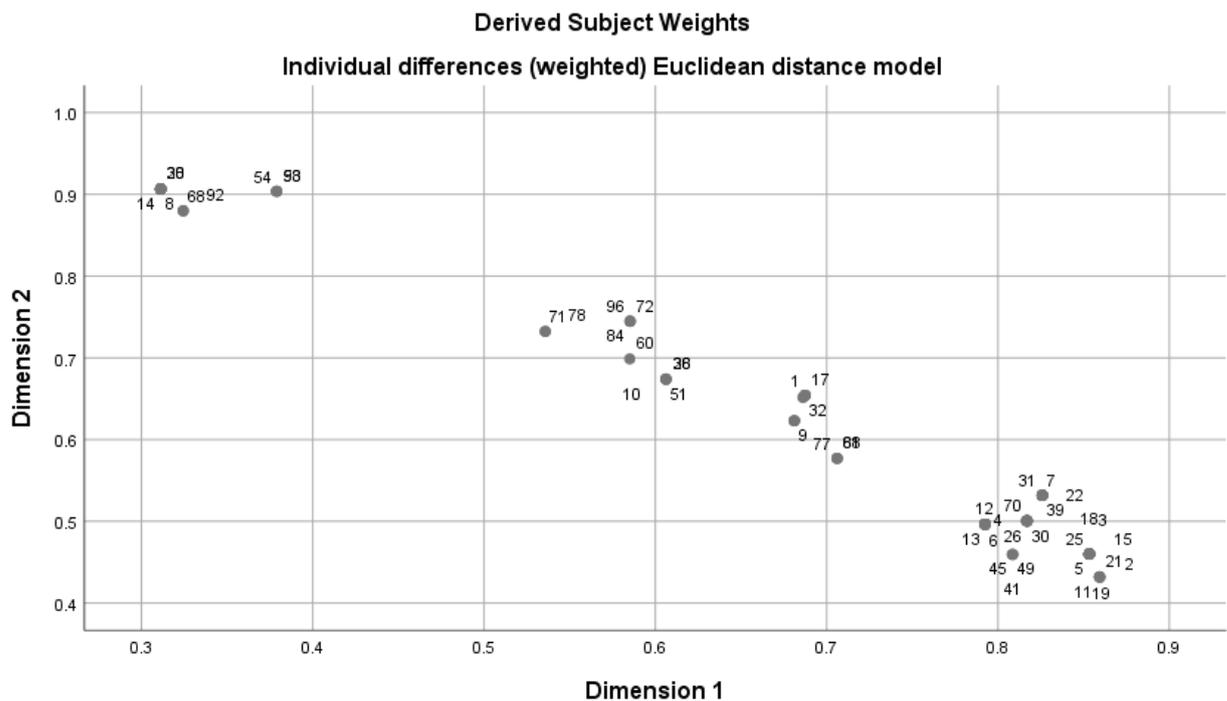
sumber : Hasil data diolah tahun 2020

Gambar 4.16 Peta *Positioning* 2 Dimensi
Kualitas Produk Outcome Quality (Kualitas Hasil)

Gambar 4.16 adalah peta hasil proses INDSCAL (*Individual Differences (weighted) Euclidean Distance Model*) untuk menampilkan peta MDS dari lima merek aplikasi yaitu Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, Blibli. Gambar peta tersebut menunjukkan bahwa merek aplikasi Lazada dan Blibli jaraknya berdekatan. Jarak posisi yang berdekatan dari pasangan ini adalah sebuah hasil dari persepsi masyarakat bahwa merek aplikasi yang diperbandingkan memiliki kemiripan satu sama lain berdasarkan Outcome Quality (Kualitas Hasil). Gambar peta tersebut juga menunjukkan bahwa Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak letaknya berjauhan, sehingga merek aplikasi tersebut memiliki perbedaan satu sama lain berdasarkan Outcome Quality (Kualitas Hasil) atau tidak ada kemiripan.

MDS juga menyediakan fasilitas untuk menguji dan mengetahui kesamaan sikap responden dalam menilai kemiripan obyek, apabila jawaban antar responden atas atribut tertentu relatif sama, maka jawaban responden dapat disebut homogen (selaras)

- a. Uji Konsisten Responden Kemiripan Kualitas Produk Berdasarkan Outcome Quality (Kualitas Hasil)

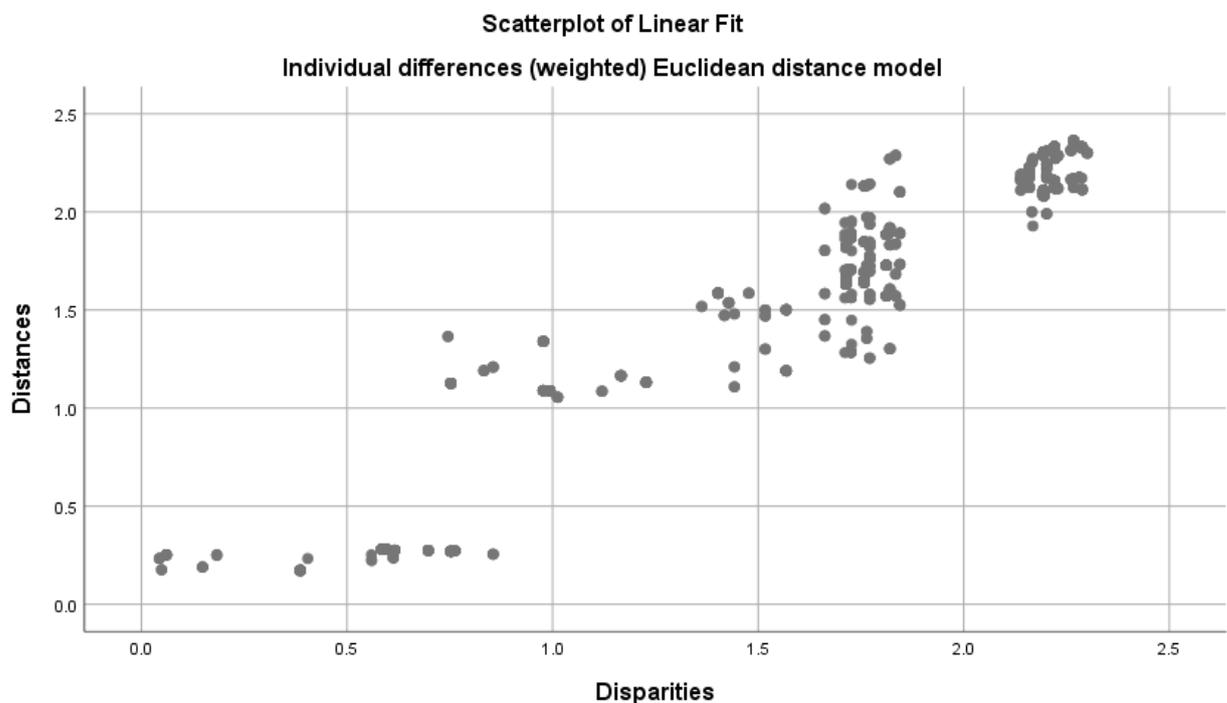


Sumber : Hasil data diolah tahun 2020

Gambar 4.17 peta Positioning 2 Dimensi Konsisten
Responden Kemiripan Kualitas Produk Outcome Quality (Kualitas Hasil)

Gambar 4.17 menunjukkan bahwa posisi 100 responden membentuk sebuah kelompok yang berkumpul menunjukkan bahwa penilain responden membuktikan bahwa ada konsistensi jawaban antar responden dalam menilai kemiripan merek aplikasi berdasarkan Outcome Quality (Kualitas Hasil).

b. Uji Kesamaan Sikap Kemiripan Outcome Quality (Kualitas Hasil).



Sumber : Hasil data diolah tahun 2020

Gambar 4.18 Peta *Positioning* 2 Dimensi

Kesamaan Sikap Tentang Kemiripan Outcome Quality (Kualitas Hasil)

Gambar 4.18 berisi kumpulan koordinat dari 5 x 100 isi kuesioner, tingkat kesamaan sikap ini ditunjukkan oleh grafik *scatterplot of linear fit* terlihat bahwa titik-titik koordinat membentuk kelompok koordinat yang konfigurasiya membentuk garis dari kiri bawah ke kanan atas. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki kesamaa sikap dalam menilai kemiripan merek aplikasi berdasarkan Outcome Quality (Kualitas Hasil).

4.2.2.7 Peta Positioning Reliability (Keandalan)

E-servqual ini adalah mengenai kinerja aplikasi yang dapat diandalkan oleh konsumen dalam mengurus produk pesanan konsumen.

Tabel 4.17 E-servqual (responden ke-1) Tentang Kemiripan Reliability (Keandalan)

| Merek Apk | Tokopedia | Shopee | Bukalapak | Lazada | Blibli |
|------------------|-----------|--------|-----------|--------|--------|
| Tokopedia | | | | | |
| Shopee | 4 | | | | |
| Bukalapak | 2 | 4 | | | |
| Lazada | 4 | 3 | 4 | | |
| Blibli | 4 | 2 | 4 | 3 | |

Sumber : Hasil data diolah tahun 2020

Jawaban responden pertama pada Tabel 4.17 menunjukkan bahwa:

- Kemiripan antara Tokopedia dengan Shopee dapat dilihat pada baris dua dan kolom satu dengan nilai (skala) 4. Hal ini berarti kedua Merek Aplikasi mirip.
- Kemiripan antara Tokopedia dengan Bukalapak dapat dilihat pada baris tiga dan kolom satu dengan nilai (skala) 2. Hal ini berarti kedua Merek Aplikasi tidak mirip.
- Kemiripan antara Tokopedia dengan Lazada dapat dilihat pada baris empat dan kolom satu dengan nilai (skala) 4. Hal ini berarti kedua Merek Aplikasi mirip.
- Kemiripan antara Tokopedia dengan Blibli dapat dilihat pada baris kelima dan kolom satu dengan nilai (skala) 4. Hal ini berarti kedua Merek Aplikasi mirip.
- Demikian seterusnya untuk arti angka yang lain. Angka 0 terjadi karena dilakukan perbandingan antar merek aplikasi itu sendiri (seperti Tokopedia dengan Tokopedia), yang tentu tidak ada nilainya.

Jawaban untuk responden kedua, ketiga, keempat, kelima dan seterusnya akan memiliki variasi jawaban yang tidak harus sama dengan jawaban responden

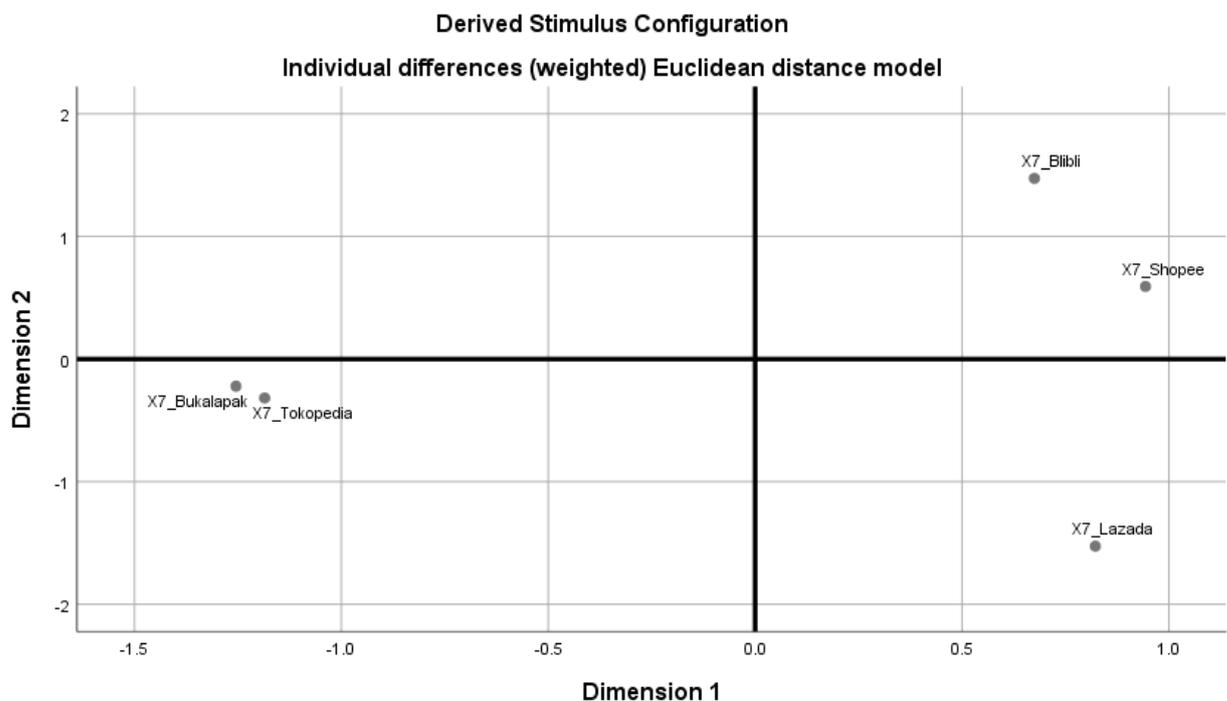
pertama. Secara keseluruhan jawaban responden tentang penilaian kemiripan masing-masing merek aplikasi berdasarkan Reliability (Keandalan) mencerminkan persepsi masyarakat. Posisi merek aplikasi menurut persepsi masyarakat dapat dilihat pada koordinat seperti pada Tabel 4.18 berikut ini:

Tabel 4.18 Koordinat Merek Aplikasi di Kota Bandar Lampung Berdasarkan Reliability (Keandalan)

| No | Merek | Absis (Dimensi I) | Absis (Dimensi II) |
|----|------------------|-------------------|--------------------|
| 1 | Tokopedia | -1,1854 | -0,3179 |
| 2 | Shopee | 0,9432 | 0,5918 |
| 3 | Bukalapak | -1,2546 | -0,2213 |
| 4 | Lazada | 0,8221 | -1,5260 |
| 5 | Blibli | 0,6747 | 1,4734 |

Sumber : Hasil data diolah tahun 2020

Berdasarkan koordinat pada Tabel 4.18 dapat dihasilkan peta *positioning* dari masing-masing aplikasi marketplace dengan konfigurasi seperti Gambar 4.19



sumber : Hasil data diolah tahun 2020

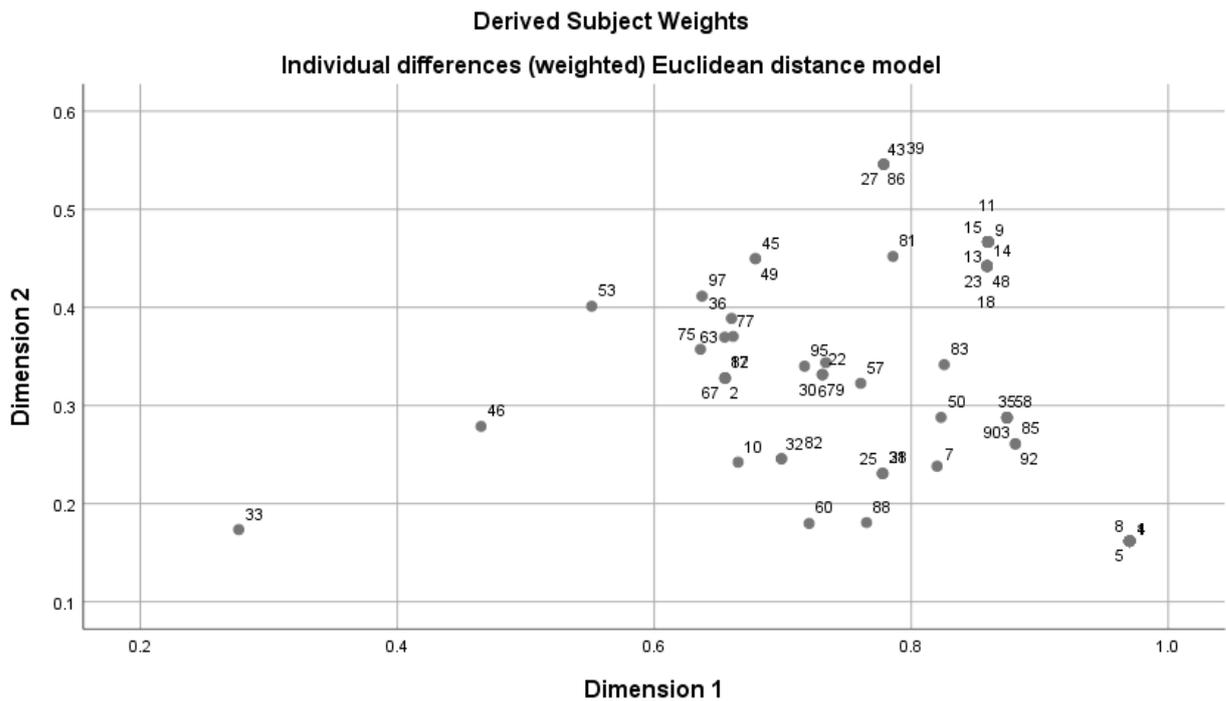
Gambar 4.19 Peta *Positioning* 2 Dimensi

Kualitas Produk Reliability (Keandalan)

Gambar 4.19 adalah peta hasil proses INDSCAL (*Individual Differences (weighted) Euclidean Distance Model*) untuk menampilkan peta MDS dari lima merek aplikasi yaitu Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, Blibli. Gambar peta tersebut menunjukkan bahwa merek aplikasi (Tokopedia dan Bukalapak), (shopee dan Blibli) jaraknya berdekatan. Jarak posisi yang berdekatan dari pasangan ini adalah sebuah hasil dari persepsi masyarakat bahwa merek aplikasi yang diperbandingkan memiliki kemiripan satu sama lain berdasarkan Reliability (Keandalan). Gambar peta tersebut juga menunjukkan bahwa Lazada letaknya berjauhan, sehingga merek aplikasi tersebut memiliki perbedaan satu sama lain dengan lainnya berdasarkan Reliability (Keandalan) atau tidak ada kemiripan.

MDS juga menyediakan fasilitas untuk menguji dan mengetahui kesamaan sikap responden dalam menilai kemiripan obyek, apabila jawaban antar responden atas atribut tertentu relatif sama, maka jawaban responden dapat disebut homogen (selaras)

- a. Uji Konsisten Responden Kemiripan Kualitas Produk Berdasarkan Reliability (Keandalan)

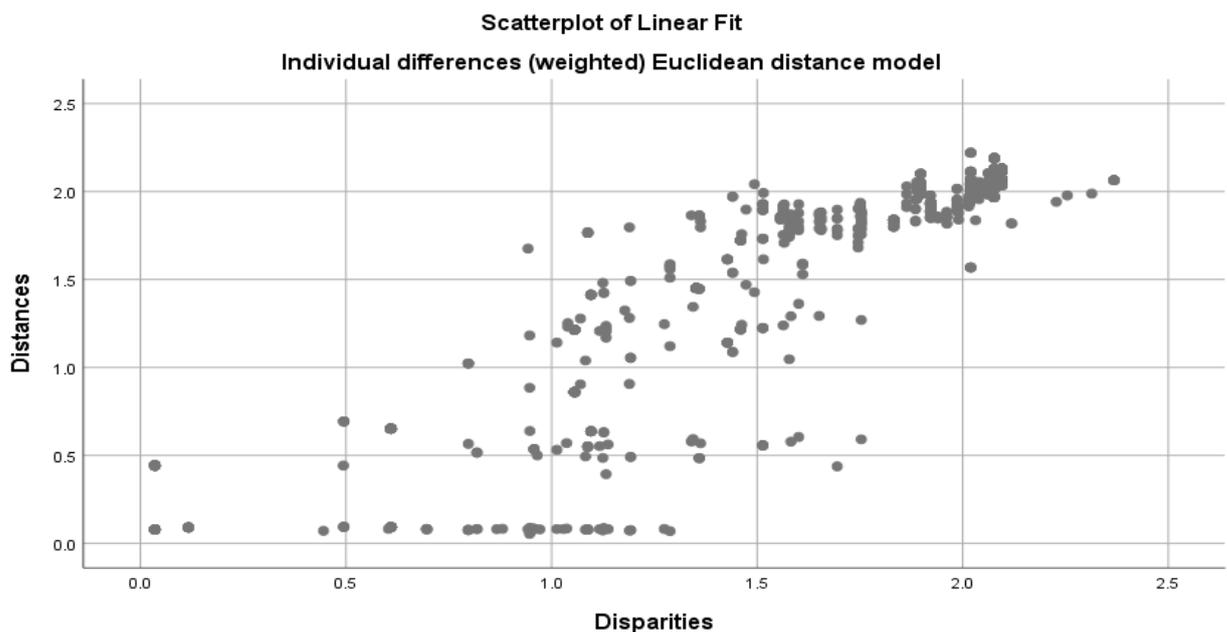


Sumber : Hasil data diolah tahun 2020

Gambar 4.20 peta Positioning 2 Dimensi Konsisten
Responden Kemiripan Kualitas Produk Reliability (Keandalan)

Gambar 4.20 menunjukkan bahwa posisi 100 responden membentuk sebuah kelompok yang berkumpul menunjukkan bahwa penilai responden membuktikan bahwa ada konsistensi jawaban antar responden dalam menilai kemiripan merek aplikasi berdasarkan Reliability (Keandalan).

b. Uji Kesamaan Sikap Kemiripan Reliability (Keandalan).



Sumber : Hasil data diolah tahun 2020

Gambar 4.21 Peta *Positioning* 2 Dimensi

Kesamaan Sikap Tentang Kemiripan Reliability (Keandalan)

Gambar 4.21 berisi kumpulan koordinat dari 5 x 100 isi kuesioner, tingkat kesamaan sikap ini ditunjukkan oleh grafik *scatterplot of linear fit* terlihat bahwa titik-titik koordinat membentuk kelompok koordinat yang konfigurasiya membentuk garis dari kanan atas ke kiri bawah. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki kesamaa sikap dalam menilai kemiripan merek aplikasi berdasarkan Reliability (Keandalan).

4.2.2.8 Peta Positioning Responsiveness (Responsif)

E-servqual ini adalah mengenai adanya tanggapan yang baik ketika ada kritik dan saran untuk aplikasi marketplace.

Tabel 4.19 E-servqual (responden ke-1) Tentang Kemiripan Responsiveness (Responsif)

| Merek Apk | Tokopedia | Shopee | Bukalapak | Lazada | Blibli |
|------------------|------------------|---------------|------------------|---------------|---------------|
| Tokopedia | | | | | |
| Shopee | 5 | | | | |
| Bukalapak | 2 | 5 | | | |
| Lazada | 4 | 4 | 4 | | |
| Blibli | 4 | 3 | 4 | 4 | |

Sumber : Hasil data diolah tahun 2020

Jawaban responden pertama pada Tabel 4.19 menunjukkan bahwa:

- a. Kemiripan antara Tokopedia dengan Shopee dapat dilihat pada baris dua dan kolom satu dengan nilai (skala) 5. Hal ini berarti kedua Merek Aplikasi sangat mirip.
- b. Kemiripan antara Tokopedia dengan Bukalapak dapat dilihat pada baris tiga dan kolom satu dengan nilai (skala) 2. Hal ini berarti kedua Merek Aplikasi tidak mirip.
- c. Kemiripan antara Tokopedia dengan Lazada dapat dilihat pada baris empat dan kolom satu dengan nilai (skala) 4. Hal ini berarti kedua Merek Aplikasi mirip.
- d. Kemiripan antara Tokopedia dengan Blibli dapat dilihat pada baris kelima dan kolom satu dengan nilai (skala) 4. Hal ini berarti kedua Merek Aplikasi mirip.
- e. Demikian seterusnya untuk arti angka yang lain. Angka 0 terjadi karena dilakukan perbandingan antar merek aplikasi itu sendiri (seperti Tokopedia dengan Tokopedia), yang tentu tidak ada nilainya.

Jawaban untuk responden kedua, ketiga, keempat, kelima dan seterusnya akan memiliki variasi jawaban yang tidak harus sama dengan jawaban responden pertama. Secara keseluruhan jawaban responden tentang penilaian kemiripan masing-masing merek aplikasi berdasarkan Responsiveness (Responsif) mencerminkan persepsi masyarakat. Posisi merek aplikasi menurut persepsi masyarakat dapat dilihat pada koordinat seperti pada Tabel 4.20 berikut ini:

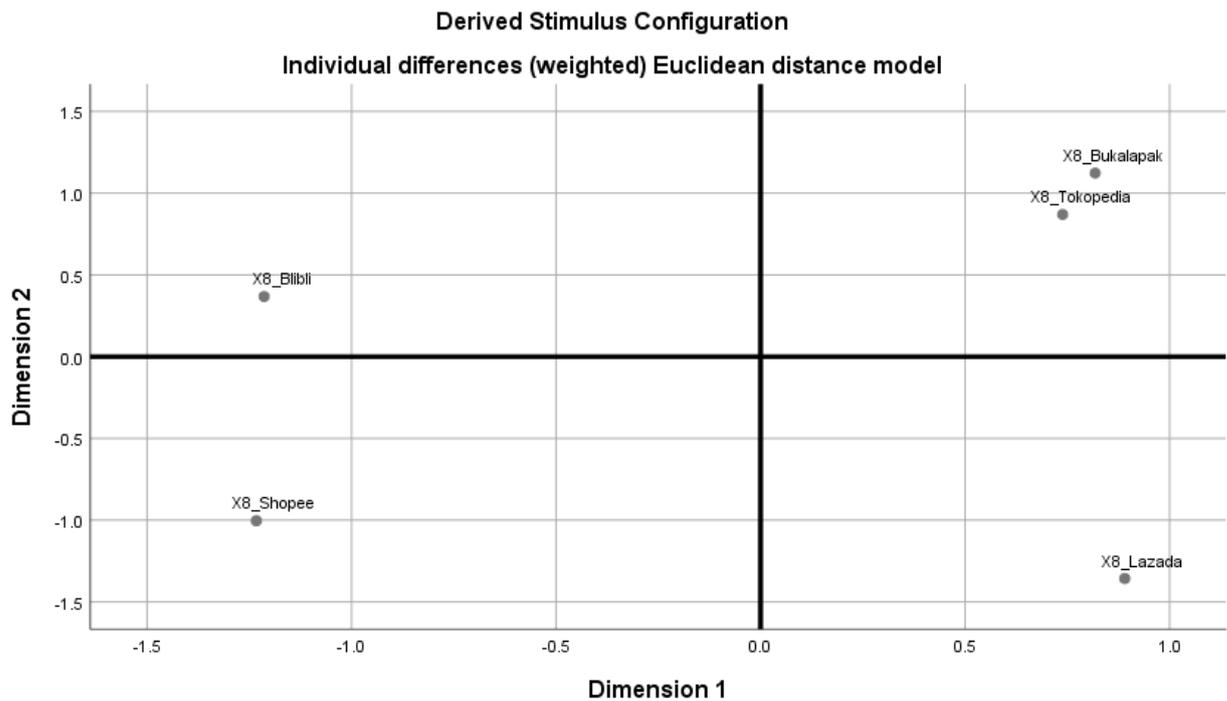
Tabel 4.20 Koordinat Merek Aplikasi di Kota Bandar Lampung Berdasarkan Responsiveness (Responsif)

| No | Merek | Absis (Dimensi I) | Absis (Dimensi II) |
|----|------------------|-------------------|--------------------|
| 1 | Tokopedia | 0,7384 | 0,8695 |
| 2 | Shopee | -1,2328 | -1,0037 |
| 3 | Bukalapak | 0,8179 | 1,1228 |
| 4 | Lazada | 0,8903 | -1,3566 |

| | | | |
|---|---------------|---------|--------|
| 5 | Blibli | -1,2138 | 0,3680 |
|---|---------------|---------|--------|

Sumber : Hasil data diolah tahun 2020

Berdasarkan koordinat pada Tabel 4.20 dapat dihasilkan peta *positioning* dari masing-masing aplikasi marketplace dengan konfigurasi seperti Gambar 4.22



sumber : Hasil data diolah tahun 2020

Gambar 4.22 Peta *Positioning* 2 Dimensi

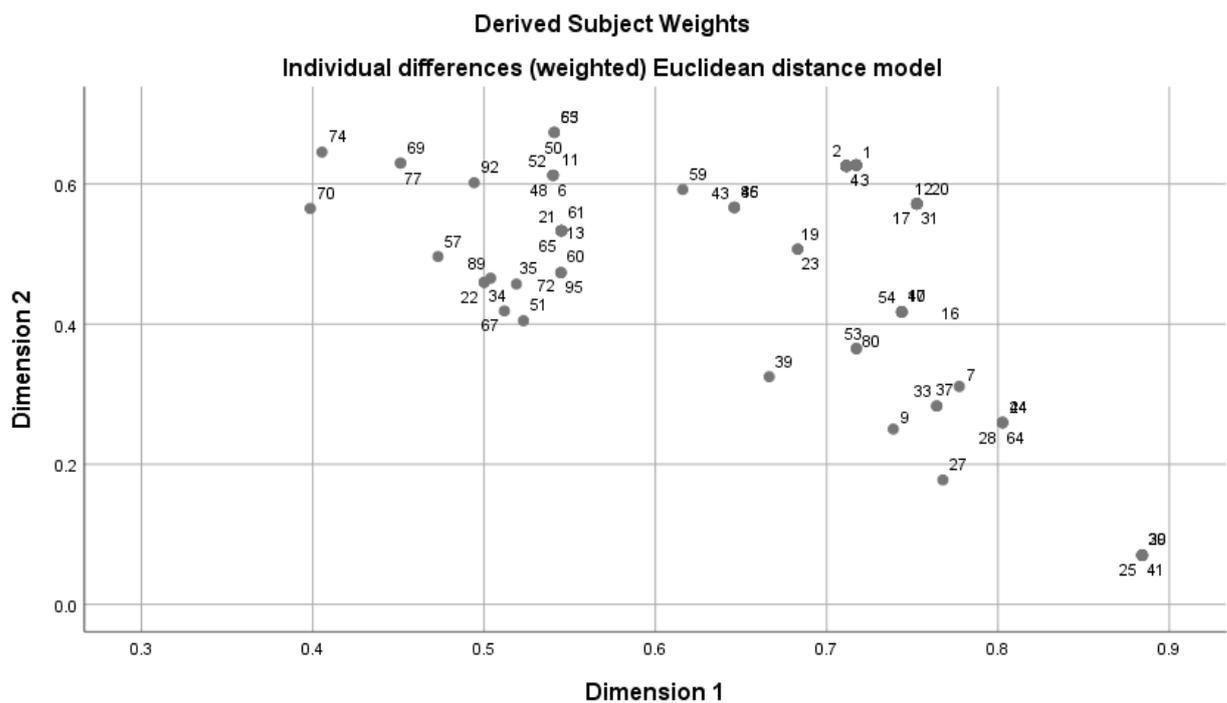
Kualitas Produk Responsiveness (Responsif)

Gambar 4.22 adalah peta hasil proses INDSCAL (*Individual Differences (weighted) Euclidean Distance Model*) untuk menampilkan peta MDS dari lima merek aplikasi yaitu Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, Blibli. Gambar peta tersebut menunjukkan bahwa merek aplikasi Tokopedia dan Bukalapak jaraknya berdekatan. Jarak posisi yang berdekatan dari pasangan ini adalah sebuah hasil dari persepsi masyarakat bahwa merek aplikasi yang diperbandingkan memiliki kemiripan satu sama lain berdasarkan Responsiveness (Responsif). Gambar peta tersebut juga menunjukkan bahwa Shopee, Lazada, dan Blibli letaknya berjauhan, sehingga merek aplikasi tersebut memiliki perbedaan

satu sama lain berdasarkan Responsiveness (Responsif) atau tidak ada kemiripan.

MDS juga menyediakan fasilitas untuk menguji dan mengetahui kesamaan sikap responden dalam menilai kemiripan obyek, apabila jawaban antar responden atas atribut tertentu relatif sama, maka jawaban responden dapat disebut homogen (selaras)

a. Uji Konsisten Responden Kemiripan Kualitas Produk Berdasarkan Responsiveness (Responsif)

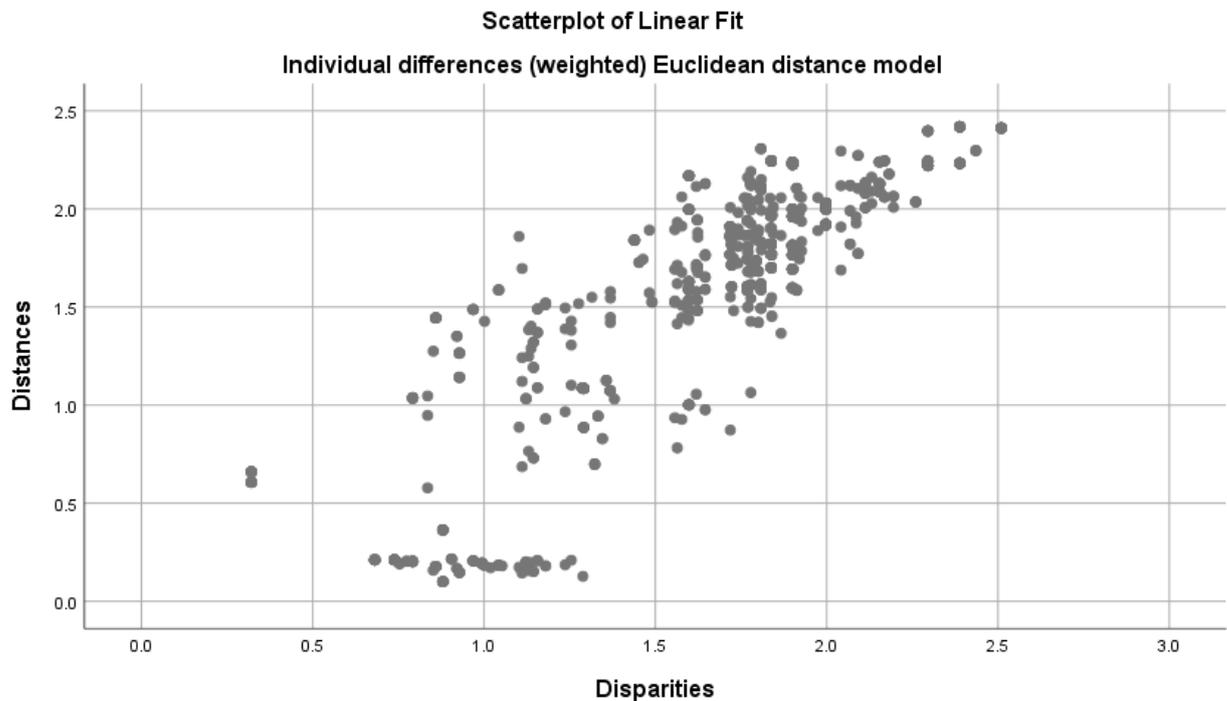


Sumber : Hasil data diolah tahun 2020

Gambar 4.23 peta Positioning 2 Dimensi Konsisten
Responden Kemiripan Kualitas Produk Reliability (Keandalan)

Gambar 4.23 menunjukkan bahwa posisi 100 responden membentuk sebuah kelompok yang berkumpul menunjukkan bahwa penilain responden membuktikan bahwa ada konsistensi jawaban antar responden dalam menilai kemiripan merek aplikasi berdasarkan Responsiveness (Responsif).

b. Uji Kesamaan Sikap Kemiripan Responsiveness (Responsif)



Sumber : Hasil data diolah tahun 2020

Gambar 4.24 Peta *Positioning* 2 Dimensi

Kesamaan Sikap Tentang Kemiripan Responsiveness (Responsif)

Gambar 4.24 berisi kumpulan koordinat dari 5 x 100 isi kuesioner, tingkat kesamaan sikap ini ditunjukkan oleh grafik *scatterplot of linear fit* terlihat bahwa titik-titik koordinat membentuk kelompok koordinat yang konfigurasiya membentuk garis dari kanan atas ke kiri bawah. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki kesamaa sikap dalam menilai kemiripan merek aplikasi berdasarkan Responsiveness (Responsif).

4.2.2.9 Peta Positioning Trust (Kepercayaan)

E-servqual ini adalah mengenai segala mekanisme yang berhubungan dengan proses pembayaran pada aplikasi marketplace yang dapat di percaya oleh konsumen.

Tabel 4.21

E-servqual (responden ke-1) Tentang Kemiripan Trust (Kepercayaan)

| Merek Apk | Tokopedia | Shopee | Bukalapak | Lazada | Blibli |
|------------------|------------------|---------------|------------------|---------------|---------------|
| Tokopedia | | | | | |
| Shopee | 4 | | | | |
| Bukalapak | 2 | 4 | | | |
| Lazada | 4 | 3 | 4 | | |
| Blibli | 4 | 2 | 4 | 4 | |

Sumber : Hasil data diolah tahun 2020

Jawaban responden pertama pada Tabel 4.21 menunjukkan bahwa:

- a. Kemiripan antara Tokopedia dengan Shopee dapat dilihat pada baris dua dan kolom satu dengan nilai (skala) 4. Hal ini berarti kedua Merek Aplikasi mirip.
- b. Kemiripan antara Tokopedia dengan Bukalapak dapat dilihat pada baris tiga dan kolom satu dengan nilai (skala) 2. Hal ini berarti kedua Merek Aplikasi tidak mirip.
- c. Kemiripan antara Tokopedia dengan Lazada dapat dilihat pada baris empat dan kolom satu dengan nilai (skala) 4. Hal ini berarti kedua Merek Aplikasi mirip.
- d. Kemiripan antara Tokopedia dengan Blibli dapat dilihat pada baris kelima dan kolom satu dengan nilai (skala) 4. Hal ini berarti kedua Merek Aplikasi mirip.
- e. Demikian seterusnya untuk arti angka yang lain. Angka 0 terjadi karena dilakukan perbandingan antar merek aplikasi itu sendiri (seperti Tokopedia dengan Tokopedia), yang tentu tidak ada nilainya.

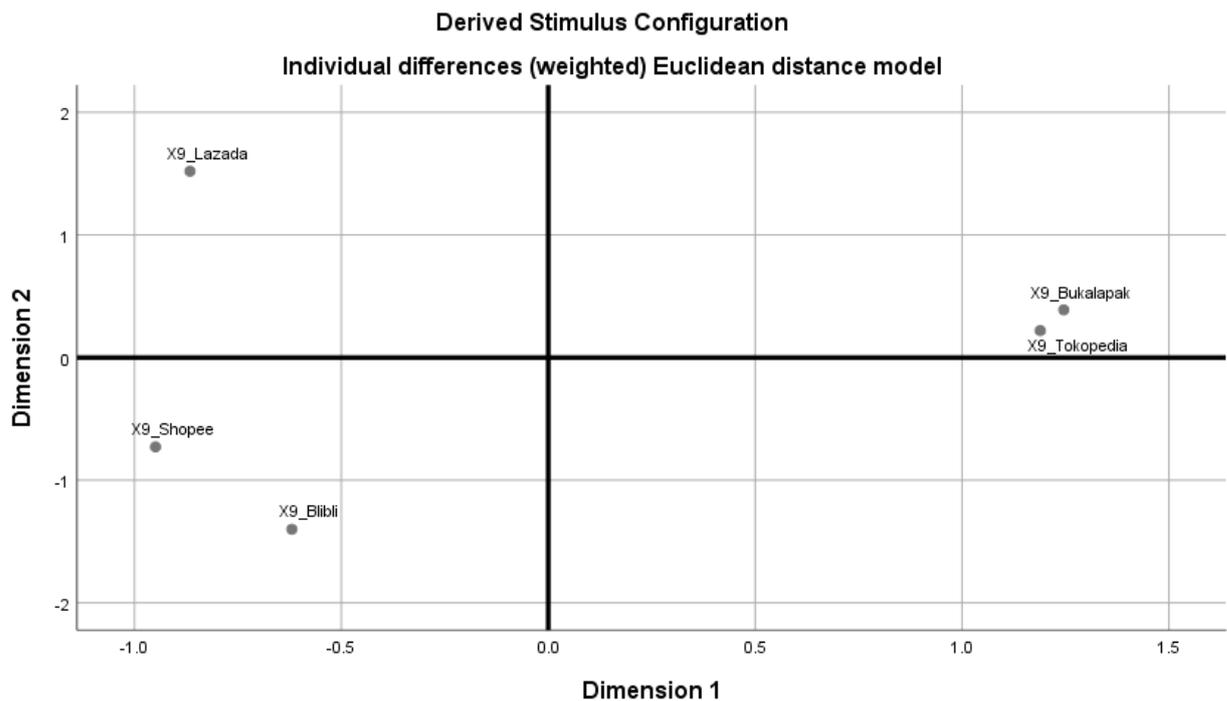
Jawaban untuk responden kedua, ketiga, keempat, kelima dan seterusnya akan memiliki variasi jawaban yang tidak harus sama dengan jawaban responden pertama. Secara keseluruhan jawaban responden tentang penilaian kemiripan masing-masing merek aplikasi berdasarkan Trust (Kepercayaan) mencerminkan persepsi masyarakat. Posisi merek aplikasi menurut persepsi masyarakat dapat dilihat pada koordinat seperti pada Tabel 4.22 berikut ini:

Tabel 4.22
Koordinat Merek Aplikasi di Kota Bandar Lampung Berdasarkan Trust
(Kepercayaan)

| No | Merek | Absis (Dimensi I) | Absis (Dimensi II) |
|----|------------------|-------------------|--------------------|
| 1 | Tokopedia | 1,1889 | 0,2197 |
| 2 | Shopee | -0,9492 | -0,7284 |
| 3 | Bukalapak | 1,2457 | 0,3891 |
| 4 | Lazada | -0,8659 | 1,5197 |
| 5 | Blibli | -0,6196 | -1,4001 |

Sumber : Hasil data diolah tahun 2020

Berdasarkan koordinat pada Tabel 4.22 dapat dihasilkan peta *positioning* dari masing-masing aplikasi marketplace dengan konfigurasi seperti Gambar 4.25



sumber : Hasil data diolah tahun 2020

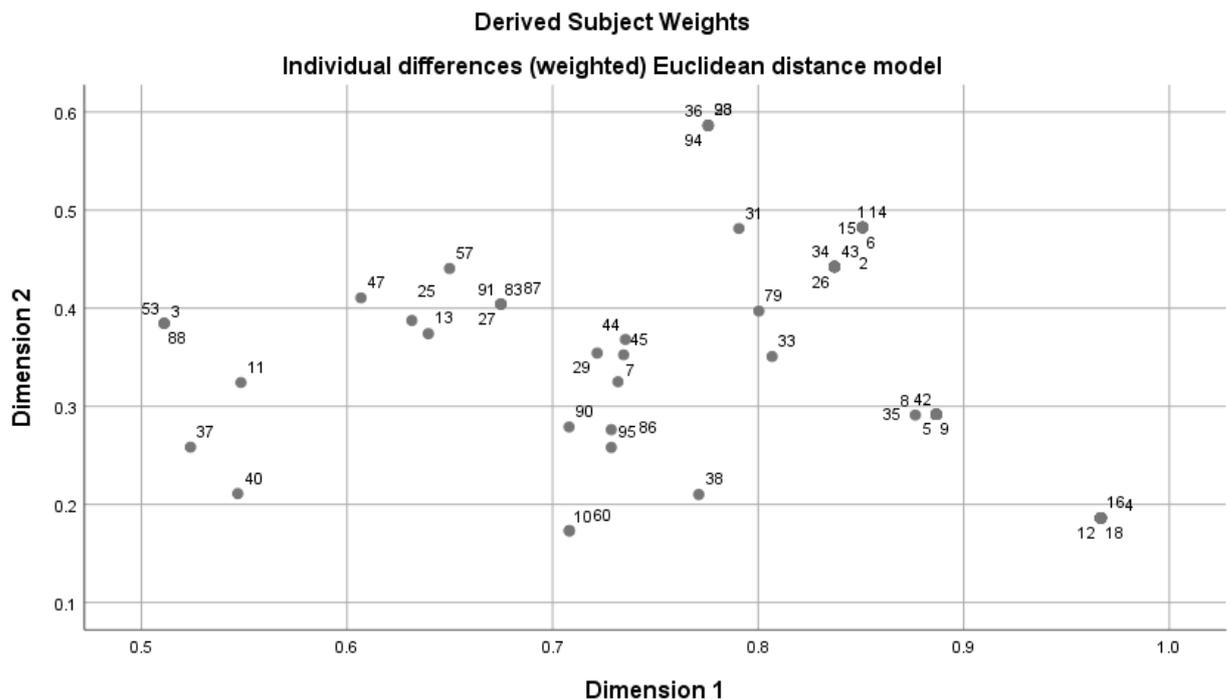
Gambar 4.25 Peta *Positioning* 2 Dimensi
Kualitas Produk Trust (Kepercayaan)

Gambar 4.25 adalah peta hasil proses INDSCAL (*Individual Differences (weighted) Euclidean Distance Model*) untuk menampilkan peta MDS dari lima merek aplikasi yaitu Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, Blibli. Gambar peta

tersebut menunjukkan bahwa merek aplikasi Tokopedia dan Bukalapak jaraknya berdekatan. Jarak posisi yang berdekatan dari pasangan ini adalah sebuah hasil dari persepsi masyarakat bahwa merek aplikasi yang diperbandingkan memiliki kemiripan satu sama lain berdasarkan Trust (Kepercayaan). Gambar peta tersebut juga menunjukkan bahwa Shopee, Lazada, dan Blibli letaknya berjauhan, sehingga merek aplikasi tersebut memiliki perbedaan satu sama lain berdasarkan Trust (Kepercayaan) atau tidak ada kemiripan.

MDS juga menyediakan fasilitas untuk menguji dan mengetahui kesamaan sikap responden dalam menilai kemiripan obyek, apabila jawaban antar responden atas atribut tertentu relatif sama, maka jawaban responden dapat disebut homogen (selaras)

- a. Uji Konsisten Responden Kemiripan Kualitas Produk Berdasarkan Trust (Kepercayaan)

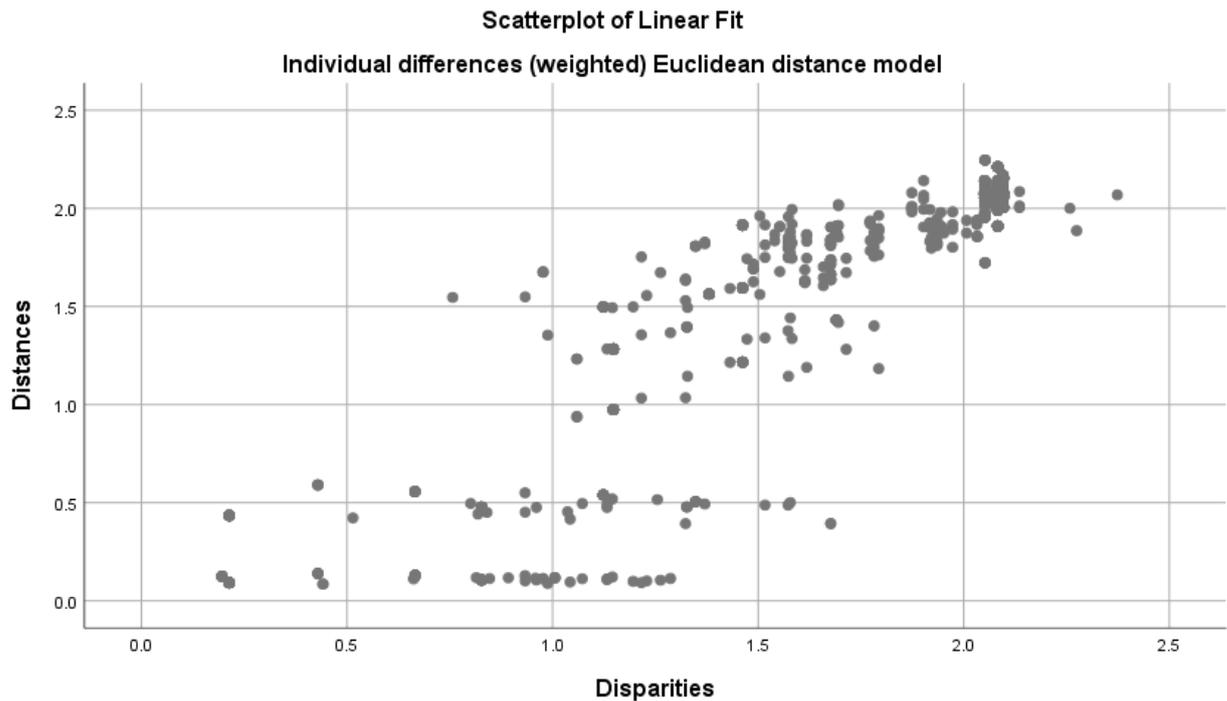


Sumber : Hasil data diolah tahun 2020

Gambar 4.26 peta Positioning 2 Dimensi Konsisten
Responden Kemiripan Kualitas Produk Trust (Kepercayaan)

Gambar 4.26 menunjukkan bahwa posisi 100 responden membentuk sebuah kelompok yang berkumpul menunjukkan bahwa penilai responden membuktikan bahwa ada konsistensi jawaban antar responden dalam menilai kemiripan merek aplikasi berdasarkan Responsiveness (Responsif).

b. Uji Kesamaan Sikap Kemiripan Trust (Kepercayaan)



Sumber : Hasil data diolah tahun 2020

Gambar 4.27 Peta *Positioning* 2 Dimensi

Kesamaan Sikap Tentang Kemiripan Trust (Kepercayaan)

Gambar 4.27 berisi kumpulan koordinat dari 5 x 100 isi kuesioner, tingkat kesamaan sikap ini ditunjukkan oleh grafik *scatterplot of linear fit* terlihat bahwa titik-titik koordinat membentuk kelompok koordinat yang konfigurasiya membentuk garis dari kanan atas ke kiri bawah. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki kesamaa sikap dalam menilai kemiripan merek aplikasi berdasarkan Trust (Kepercayaan).

4.2.2.10 Peta Positioning Personaliation (Personalisasi)

E-servqual ini adalah mengenai kemudahan konsumen dalam mengganti jenis produk yang akan dibeli.

Tabel 4.23
E-servqual (responden ke-1) Tentang Kemiripan Personaliation
(Personalisasi)

| Merek Apk | Tokopedia | Shopee | Bukalapak | Lazada | Blibli |
|------------------|------------------|---------------|------------------|---------------|---------------|
| Tokopedia | | | | | |
| Shopee | 5 | | | | |
| Bukalapak | 2 | 5 | | | |
| Lazada | 2 | 4 | 4 | | |
| Blibli | 4 | 3 | 4 | 5 | |

Sumber : Hasil data diolah tahun 2020

Jawaban responden pertama pada Tabel 4.23 menunjukkan bahwa:

- a. Kemiripan antara Tokopedia dengan Shopee dapat dilihat pada baris dua dan kolom satu dengan nilai (skala) 5. Hal ini berarti kedua Merek Aplikasi sangat mirip.
- b. Kemiripan antara Tokopedia dengan Bukalapak dapat dilihat pada baris tiga dan kolom satu dengan nilai (skala) 2. Hal ini berarti kedua Merek Aplikasi tidak mirip.
- c. Kemiripan antara Tokopedia dengan Lazada dapat dilihat pada baris empat dan kolom satu dengan nilai (skala) 2. Hal ini berarti kedua Merek Aplikasi tidak mirip.
- d. Kemiripan antara Tokopedia dengan Blibli dapat dilihat pada baris kelima dan kolom satu dengan nilai (skala) 4. Hal ini berarti kedua Merek Aplikasi mirip.
- e. Demikian seterusnya untuk arti angka yang lain. Angka 0 terjadi karena dilakukan perbandingan antar merek aplikasi itu sendiri (seperti Tokopedia dengan Tokopedia), yang tentu tidak ada nilainya.

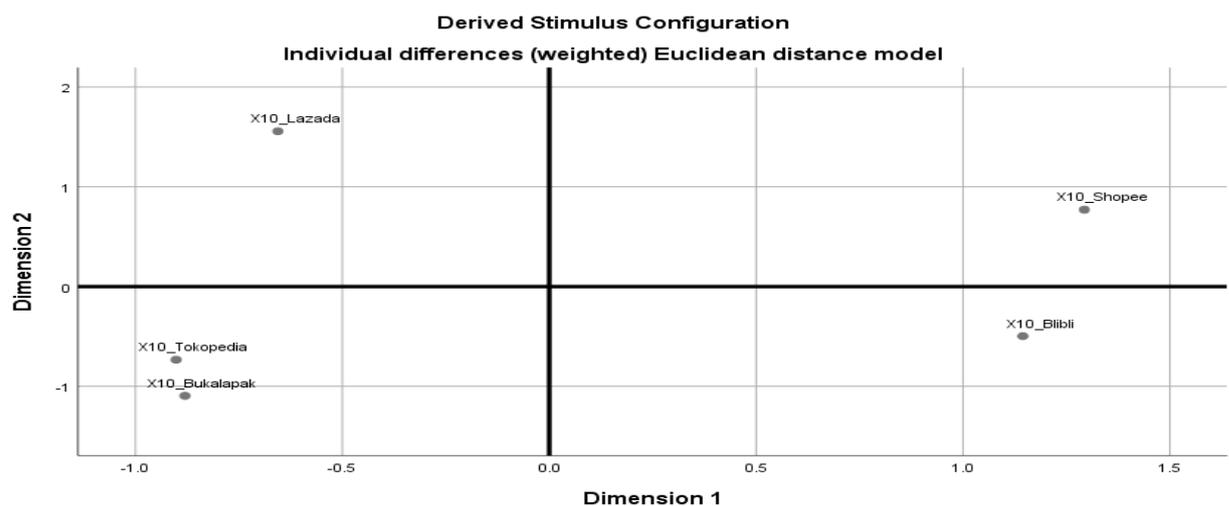
Jawaban untuk responden kedua, ketiga, keempat, kelima dan seterusnya akan memiliki variasi jawaban yang tidak harus sama dengan jawaban responden pertama. Secara keseluruhan jawaban responden tentang penilaian kemiripan masing-masing merek aplikasi berdasarkan Personaliation (Personalisasi) mencerminkan persepsi masyarakat. Posisi merek aplikasi menurut persepsi masyarakat dapat dilihat pada koordinat seperti pada Tabel 4.24 berikut ini:

Tabel 4.24
Koordinat Merek Aplikasi di Kota Bandar Lampung Berdasarkan
Personaliation (Personalisasi)

| No | Merek | Absis (Dimensi I) | Absis (Dimensi II) |
|----|------------------|-------------------|--------------------|
| 1 | Tokopedia | -0,9016 | -0,7338 |
| 2 | Shopee | 1,2932 | 0,7699 |
| 3 | Bukalapak | -0,8803 | -1,0952 |
| 4 | Lazada | -0,6558 | 1,5563 |
| 5 | Blibli | 1,1445 | -0,4972 |

Sumber : Hasil data diolah tahun 2020

Berdasarkan koordinat pada Tabel 4.24 dapat dihasilkan peta *positioning* dari masing-masing aplikasi marketplace dengan konfigurasi seperti Gambar 4.28



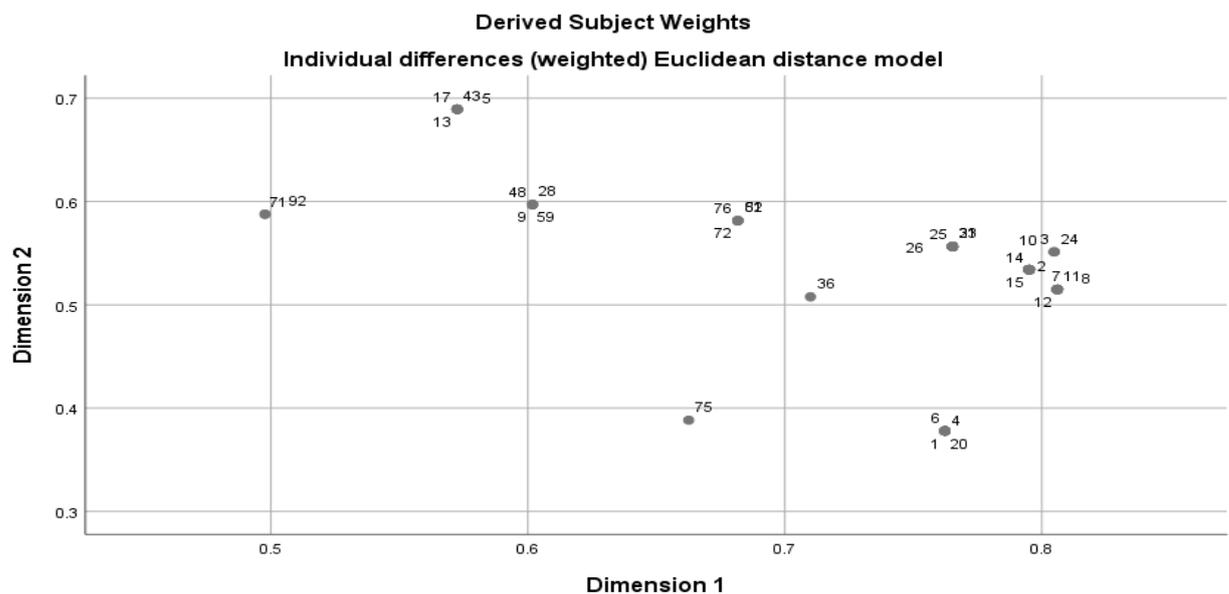
sumber : Hasil data diolah tahun 2020

Gambar 4.28 Peta *Positioning* 2 Dimensi
Kualitas Produk Personaliation (Personalisasi)

Gambar 4.28 adalah peta hasil proses INDSCAL (*Individual Differences (weighted) Euclidean Distance Model*) untuk menampilkan peta MDS dari lima merek aplikasi yaitu Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, Blibli. Gambar peta tersebut menunjukkan bahwa merek aplikasi Tokopedia dan Bukalapak jaraknya berdekatan. Jarak posisi yang berdekatan dari pasangan ini adalah sebuah hasil dari persepsi masyarakat bahwa merek aplikasi yang diperbandingkan memiliki kemiripan satu sama lain berdasarkan Personaliation (Personalisasi). Gambar peta tersebut juga menunjukkan bahwa Shopee, Lazada, dan Blibli letaknya berjauhan, sehingga merek apikasi tersebut memiliki perbedaan satu sama lain berdasarkan Personaliation (Personalisasi) atau tidak ada kemiripan.

MDS juga menyediakan fasilitas untuk menguji dan mengetahui kesamaan sikap responden dalam menilai kemiripan obyek, apabila jawaban antar responden atas atribut tertentu relatif sama, maka jawaban responden dapat disebut homogen (selaras)

- a. Uji Konsisten Responden Kemiripan Kualitas Produk Berdasarkan Personaliation (Personalisasi)

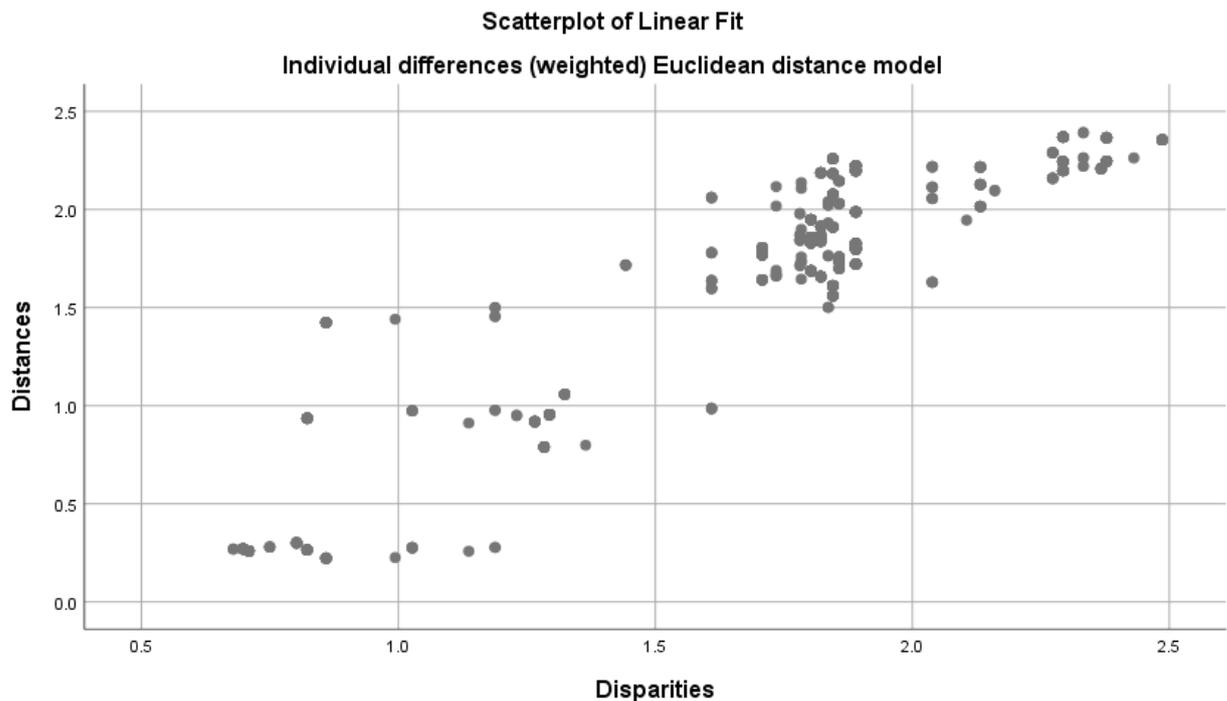


Sumber : Hasil data diolah tahun 2020

Gambar 4.29 peta Positioning 2 Dimensi Konsisten Responden Kemiripan Kualitas Personaliation (Personalisasi)

Gambar 4.29 menunjukkan bahwa posisi 100 responden membentuk sebuah kelompok yang berkumpul menunjukkan bahwa penilai responden membuktikan bahwa ada konsistensi jawaban antar responden dalam menilai kemiripan merek aplikasi berdasarkan Personaliation (Personalisasi).

b. Uji Kesamaan Sikap Kemiripan Personaliation (Personalisasi)



Sumber : Hasil data diolah tahun 2020

Gambar 4.30 Peta *Positioning* 2 Dimensi

Kesamaan Sikap Tentang Kemiripan Personaliation (Personalisasi)

Gambar 4.30 berisi kumpulan koordinat dari 5 x 100 isi kuesioner, tingkat kesamaan sikap ini ditunjukkan oleh grafik *scatterplot of linear fit* terlihat bahwa titik-titik koordinat membentuk kelompok koordinat yang konfigurasiya membentuk garis dari kanan atas ke kiri bawah. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki kesamaa sikap dalam menilai kemiripan merek aplikasi berdasarkan Personaliation (Personalisasi).

4.3 Pembahasan

4.3.1 Peta *Positioning Easy Of use* (Mudah digunakan)

Berdasarkan Gambar 4.1 Peta *Positioning* kemiripan berdasarkan Easy Of use (Mudah digunakan) menunjukkan bahwa Lazada dan Blibli letaknya berdekatan. Jarak posisi yang berdekatan dari pasangan ini adalah sebuah hasil dari persepsi masyarakat bahwa merek aplikasi yang diperbandingkan memiliki kemiripan satu sama lain Easy Of use (Mudah digunakan). Gambar peta tersebut juga menunjukkan bahwa Tokopedia, Shopee dan Bukalapak letaknya berjauhan, sehingga merek aplikasi tersebut memiliki perbedaan satu sama lain berdasarkan Easy Of use (Mudah digunakan) atau tidak ada kemiripan.

Ditinjau dari ukuran skala masing-masing dimensi, bahwa semakin ke kanan, angka dimensi 1 semakin besar (di ujung kanan garis horisontal). Gambar 4.1 menunjukkan bahwa koordinat Tokopedia (1,3258) berada paling dekat dengan angka dimensi 1 yang terbesar (1,5). Implikasinya, di benak konsumen kualitas produk merupakan yang paling membedakan bagi Tokopedia dibandingkan dengan Bukalapak, Shopee, Lazada, Blibli.

Pada skala dimensi 2 bahwa semakin ke atas, maka angka pada dimensi 2 semakin besar (di ujung atas garis vertikal). Gambar 4.1 menunjukkan bahwa koordinat Bukalapak (1,3653) berada paling dekat dengan angka dimensi 2 yang terbesar (2,0). Implikasinya, di benak konsumen kualitas produk merupakan yang paling membedakan bagi Bukalapak dibandingkan dengan Shopee, Tokopedia, Lazada dan Blibli.

4.3.2 Peta *Positioning Information Quality* (Kualitas Informasi)

Berdasarkan Gambar 4.4 Peta *Positioning* kemiripan berdasarkan Information Quality (Kualitas Informasi) menunjukkan bahwa (Blibli, Shopee) dan (Tokopedia, Bukalapak) letaknya berdekatan. Jarak posisi yang berdekatan dari pasangan ini adalah sebuah hasil dari persepsi masyarakat bahwa merek aplikasi yang diperbandingkan memiliki kemiripan satu sama lain Information Quality (Kualitas Informasi). Gambar peta tersebut juga menunjukkan bahwa Lazada letaknya berjauhan, sehingga merek aplikasi tersebut memiliki perbedaan

tersendiri berdasarkan Information Quality (Kualitas Informasi) atau tidak ada kemiripan.

Ditinjau dari ukuran skala masing-masing dimensi, bahwa semakin ke kanan, angka dimensi 1 semakin besar (di ujung kanan garis horisontal). Gambar 4.4 menunjukkan bahwa koordinat Shopee (0,9770) berada paling dekat dengan angka dimensi 1 yang terbesar (1,5). Implikasinya, di benak konsumen kualitas produk merupakan yang paling membedakan bagi Shopee dibandingkan dengan Tokopedia, Bukalapak, Lazada, Blibli.

Pada skala dimensi 2 bahwa semakin ke atas, maka angka pada dimensi 2 semakin besar (di ujung atas garis vertikal). Gambar 4.4 menunjukkan bahwa koordinat Lazada (1,7221) berada paling dekat dengan angka dimensi 2 yang terbesar (2,0). Implikasinya, di benak konsumen kualitas produk merupakan yang paling membedakan bagi Lazada dibandingkan dengan Tokopedia, Shopee, Bukalapak, dan Blibli.

4.3.3 Peta *Positioning* Consumer Services (Layanan Konsumen)

Berdasarkan Gambar 4.7 Peta *Positioning* kemiripan berdasarkan Consumer Services (Layanan Konsumen) menunjukkan bahwa Tokopedia dan Bukalapak letaknya berdekatan. Jarak posisi yang berdekatan dari pasangan ini adalah sebuah hasil dari persepsi masyarakat bahwa merek aplikasi yang diperbandingkan memiliki kemiripan satu sama lain Consumer Services (Layanan Konsumen). Gambar peta tersebut juga menunjukkan bahwa Shopee, Lazada, dan Blibli letaknya berjauhan, sehingga merek aplikasi tersebut memiliki perbedaan satu sama lain berdasarkan Consumer Services (Layanan Konsumen) atau tidak ada kemiripan.

Ditinjau dari ukuran skala masing-masing dimensi, bahwa semakin ke kanan, angka dimensi 1 semakin besar (di ujung kanan garis horisontal). Gambar 4.7 menunjukkan bahwa koordinat Shopee (1,2402) berada paling dekat dengan angka dimensi 1 yang terbesar (1,5). Implikasinya, di benak konsumen kualitas produk merupakan yang paling membedakan bagi Shopee dibandingkan dengan Tokopedia, Bukalapak, Lazada, Blibli.

Pada skala dimensi 2 bahwa semakin ke atas, maka angka pada dimensi 2 semakin besar (di ujung atas garis vertikal). Gambar 4.7 menunjukkan bahwa koordinat Lazada (1,2704) berada paling dekat dengan angka dimensi 2 yang terbesar (2,0). Implikasinya, di benak konsumen kualitas produk merupakan yang paling membedakan bagi Lazada dibandingkan dengan Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, dan Blibli.

4.3.4 Peta *Positioning* Website Design (Application Design)

Berdasarkan Gambar 4.10 Peta *Positioning* kemiripan berdasarkan Website Design (Application Design) menunjukkan bahwa Tokopedia dan Bukalapak letaknya berdekatan. Jarak posisi yang berdekatan dari pasangan ini adalah sebuah hasil dari persepsi masyarakat bahwa merek aplikasi yang diperbandingkan memiliki kemiripan satu sama lain Website Design (Application Design). Gambar peta tersebut juga menunjukkan bahwa Shopee, Lazada, dan Blibli letaknya berjauhan, sehingga merek aplikasi tersebut memiliki perbedaan satu sama lain berdasarkan Website Design (Application Design) atau tidak ada kemiripan.

Ditinjau dari ukuran skala masing-masing dimensi, bahwa semakin ke kanan, angka dimensi 1 semakin besar (di ujung kanan garis horisontal). Gambar 4.10 menunjukkan bahwa koordinat Shopee (0,9427) berada paling dekat dengan angka dimensi 1 yang terbesar (1,5). Implikasinya, di benak konsumen kualitas produk merupakan yang paling membedakan bagi Shopee dibandingkan dengan Tokopedia, Lazada, Bukalapak, dan Blibli.

Pada skala dimensi 2 bahwa semakin ke atas, maka angka pada dimensi 2 semakin besar (di ujung atas garis vertikal). Gambar 4.10 menunjukkan bahwa koordinat Blibli (1,3768) berada paling dekat dengan angka dimensi 2 yang terbesar (2,0). Implikasinya, di benak konsumen kualitas produk merupakan yang paling membedakan bagi Blibli dibandingkan dengan Tokopedia, Shopee, Bukalapak, dan Lazada.

4.3.5 Peta *Positioning* Process Controlability (Proses Kontrol)

Berdasarkan Gambar 4.13 Peta *Positioning* kemiripan berdasarkan Controlability (Proses Kontrol) menunjukkan bahwa Tokopedia dan Bukalapak letaknya berdekatan. Jarak posisi yang berdekatan dari pasangan ini adalah sebuah hasil dari persepsi masyarakat bahwa merek aplikasi yang diperbandingkan memiliki kemiripan satu sama lain Controlability (Proses Kontrol). Gambar peta tersebut juga menunjukkan bahwa Shopee, Lazada, dan Blibli letaknya berjauhan, sehingga merek aplikasi tersebut memiliki perbedaan satu sama lain berdasarkan Controlability (Proses Kontrol) atau tidak ada kemiripan.

Ditinjau dari ukuran skala masing-masing dimensi, bahwa semakin ke kanan, angka dimensi 1 semakin besar (di ujung kanan garis horisontal). Gambar 4.13 menunjukkan bahwa koordinat Tokopedia (1,0083) berada paling dekat dengan angka dimensi 1 yang terbesar (1,5). Implikasinya, di benak konsumen kualitas produk merupakan yang paling membedakan bagi Blibli dibandingkan dengan Shopee, Bukalapak, Lazada, dan Blibli.

Pada skala dimensi 2 bahwa semakin ke atas, maka angka pada dimensi 2 semakin besar (di ujung atas garis vertikal). Gambar 4.13 menunjukkan bahwa koordinat Blibli (0,8739) berada paling dekat dengan angka dimensi 2 yang terbesar (2,0). Implikasinya, di benak konsumen kualitas produk merupakan yang paling membedakan bagi Blibli dibandingkan dengan Tokopedia, Shopee, Bukalapak, dan Lazada.

4.3.6 Peta *Positioning* Outcome Quality (Kualitas Hasil)

Berdasarkan Gambar 4.16 Peta *Positioning* kemiripan berdasarkan Outcome Quality (Kualitas Hasil) menunjukkan bahwa Lazada dan Blibli letaknya berdekatan. Jarak posisi yang berdekatan dari pasangan ini adalah sebuah hasil persepsi masyarakat bahwa merek aplikasi yang diperbandingkan memiliki kemiripan satu sama lain Outcome Quality (Kualitas Hasil). Gambar peta tersebut juga menunjukkan bahwa Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak letaknya berjauhan, sehingga merek aplikasi tersebut memiliki perbedaan satu sama lain berdasarkan Outcome Quality (Kualitas Hasil) atau tidak ada kemiripan.

Ditinjau dari ukuran skala masing-masing dimensi, bahwa semakin ke kanan, angka dimensi 1 semakin besar (di ujung kanan garis horisontal). Gambar 4.16 menunjukkan bahwa koordinat Lazada (0,9891 berada paling dekat dengan angka dimensi 1 yang terbesar (1,5). Implikasinya, di benak konsumen kualitas produk merupakan yang paling membedakan bagi Lazada dibandingkan dengan Tokopedia, Shopee, Blibli, dan Bukalapak.

Pada skala dimensi 2 bahwa semakin ke atas, maka angka pada dimensi 2 semakin besar (di ujung atas garis vertikal). Gambar 4.16 menunjukkan bahwa koordinat Blibli (0,9500) berada paling dekat dengan angka dimensi 2 yang terbesar (2,0). Implikasinya, di benak konsumen kualitas produk merupakan yang paling membedakan bagi Blibli dibandingkan dengan Tokopedia, Shopee, Bukalapak, dan Lazada.

4.3.7 Peta *Positioning* Reliability (Keandalan)

Berdasarkan Gambar 4.19 Peta *Positioning* kemiripan berdasarkan Reliability (Keandalan) menunjukkan bahwa (Tokopedia dan Bukalapak), (shopee dan Blibli) letaknya berdekatan. Jarak posisi yang berdekatan dari pasangan ini adalah sebuah hasil dari persepsi masyarakat bahwa merek aplikasi yang diperbandingkan memiliki kemiripan satu sama lain Reliability (Keandalan). Gambar peta tersebut juga menunjukkan bahwa Lazada letaknya berjauhan, sehingga merek aplikasi tersebut memiliki perbedaan tersendiri berdasarkan Reliability (Keandalan) atau tidak ada kemiripan.

Ditinjau dari ukuran skala masing-masing dimensi, bahwa semakin ke kanan, angka dimensi 1 semakin besar (di ujung kanan garis horisontal). Gambar 4.19 menunjukkan bahwa koordinat Shopee (0,9432) berada paling dekat dengan angka dimensi 1 yang terbesar (1,5). Implikasinya, di benak konsumen kualitas produk merupakan yang paling membedakan bagi Shopee dibandingkan dengan Tokopedia, Bukalapak, Blibli, dan Lazada.

Pada skala dimensi 2 bahwa semakin ke atas, maka angka pada dimensi 2 semakin besar (di ujung atas garis vertikal). Gambar 4.19 menunjukkan bahwa koordinat Blibli (1,4734 berada paling dekat dengan angka dimensi 2 yang

terbesar (2,0). Implikasinya, di benak konsumen kualitas produk merupakan yang paling membedakan bagi Blibli dibandingkan dengan Tokopedia, Shopee, Bukalapak, dan Lazada.

4.3.8 Peta *Positioning* Responsiveness (Responsif)

Berdasarkan Gambar 4.22 Peta *Positioning* kemiripan berdasarkan Responsiveness (Responsif) menunjukkan bahwa Tokopedia dan Bukalapak letaknya berdekatan. Jarak posisi yang berdekatan dari pasangan ini adalah sebuah hasil dari persepsi masyarakat bahwa merek aplikasi yang diperbandingkan memiliki kemiripan satu sama lain Responsiveness (Responsif). Gambar peta tersebut juga menunjukkan bahwa Shopee, Lazada, dan Blibli letaknya berjauhan, sehingga merek aplikasi tersebut memiliki perbedaan satu sama lain berdasarkan Responsiveness (Responsif) atau tidak ada kemiripan.

Ditinjau dari ukuran skala masing-masing dimensi, bahwa semakin ke kanan, angka dimensi 1 semakin besar (di ujung kanan garis horisontal). Gambar 4.22 menunjukkan bahwa koordinat Lazada (0,8903) berada paling dekat dengan angka dimensi 1 yang terbesar (1,5). Implikasinya, di benak konsumen kualitas produk merupakan yang paling membedakan bagi Lazada dibandingkan dengan Tokopedia, Bukalapak, Blibli, dan Shopee.

Pada skala dimensi 2 bahwa semakin ke atas, maka angka pada dimensi 2 semakin besar (di ujung atas garis vertikal). Gambar 4.22 menunjukkan bahwa koordinat Bukalapak (1,1228) berada paling dekat dengan angka dimensi 2 yang terbesar (2,0). Implikasinya, di benak konsumen kualitas produk merupakan yang paling membedakan bagi Bukalapak dibandingkan dengan Tokopedia, Shopee, Lazada dan Blibli.

4.3.9 Peta *Positioning* Trust (Kepercayaan)

Berdasarkan Gambar 4.25 Peta *Positioning* kemiripan berdasarkan Trust (Kepercayaan) menunjukkan bahwa Tokopedia dan Bukalapak letaknya berdekatan. Jarak posisi yang berdekatan dari pasangan ini adalah sebuah hasil dari persepsi masyarakat bahwa merek aplikasi yang diperbandingkan memiliki kemiripan satu sama lain Trust (Kepercayaan). Gambar peta tersebut juga

menunjukkan bahwa Shopee, Lazada, dan Blibli letaknya berjauhan, sehingga merek aplikasi tersebut memiliki perbedaan satu sama lain berdasarkan Trust (Kepercayaan) atau tidak ada kemiripan.

Ditinjau dari ukuran skala masing-masing dimensi, bahwa semakin ke kanan, angka dimensi 1 semakin besar (di ujung kanan garis horisontal). Gambar 4.25 menunjukkan bahwa koordinat Bukalapak (1,2457) berada paling dekat dengan angka dimensi 1 yang terbesar (1,5). Implikasinya, di benak konsumen kualitas produk merupakan yang paling membedakan bagi Bukalapak dibandingkan dengan Tokopedia, Shopee, Lazada, dan Blibli.

Pada skala dimensi 2 bahwa semakin ke atas, maka angka pada dimensi 2 semakin besar (di ujung atas garis vertikal). Gambar 4.25 menunjukkan bahwa koordinat Lazada (1,5197) berada paling dekat dengan angka dimensi 2 yang terbesar (2,0). Implikasinya, di benak konsumen kualitas produk merupakan yang paling membedakan bagi Lazada dibandingkan dengan Tokopedia, Shopee, Bukalapak, dan Blibli.

4.3.10 Peta *Positioning* Personaliation (Personalisasi)

Berdasarkan Gambar 4.28 Peta *Positioning* kemiripan berdasarkan Personaliation (Personalisasi) menunjukkan bahwa Tokopedia dan Bukalapak letaknya berdekatan. Jarak posisi yang berdekatan dari pasangan ini adalah sebuah hasil dari persepsi masyarakat bahwa merek aplikasi yang diperbandingkan memiliki kemiripan satu sama lain Personaliation (Personalisasi). Gambar peta tersebut juga menunjukkan bahwa Shopee, Lazada, dan Blibli letaknya berjauhan, sehingga merek aplikasi tersebut memiliki perbedaan satu sama lain berdasarkan Personaliation (Personalisasi) atau tidak ada kemiripan.

Ditinjau dari ukuran skala masing-masing dimensi, bahwa semakin ke kanan, angka dimensi 1 semakin besar (di ujung kanan garis horisontal). Gambar 4.28 menunjukkan bahwa koordinat Blibli (1,1445) berada paling dekat dengan angka dimensi 1 yang terbesar (1,5). Implikasinya, di benak konsumen kualitas produk merupakan yang paling membedakan bagi Blibli dibandingkan dengan Tokopedia, Shopee, Bukalapak, dan Lazada.

Pada skala dimensi 2 bahwa semakin ke atas, maka angka pada dimensi 2 semakin besar (di ujung atas garis vertikal). Gambar 4.25 menunjukkan bahwa koordinat Lazada (1,5563) berada paling dekat dengan angka dimensi 2 yang terbesar (2,0). Implikasinya, di benak konsumen kualitas produk merupakan yang paling membedakan bagi Lazada dibandingkan dengan Tokopedia, Shopee, Bukalapak dan Blibli.