

ANALISIS ANTARMUKA WEBSITE STUDI KASUS LAKU6.COM TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MENGGUNAKAN METODE WEBQUAL 4.0

USER INTERFACE ANALYSIS OF LAKU6.COM CASE STUDY WEBSITE THROUGH THE CONSUMER SATISFACTION USING WEBQUAL 4.0 METHOD

Agus Budiyantra¹⁾, Mohammad Alief Wahyudi²⁾, Ilham Hadiwijaya³⁾, Daniel Wicaksono
Utama Putra⁴⁾, Johannes Fernandes Andry⁵⁾

¹⁾Program Studi Teknik Informatika, STMIK Widuri, Jakarta

^{2,3,4,5)}Program Studi Teknik Informatika, Universitas Bunda Mulia

¹⁾agusbudiyantra@yahoo.co.id²⁾aliefwahyudi728@gmail.com³⁾ilham@sembilucreative.com⁴⁾daniellastfriend@gmail.com⁵⁾jandry@bundamulia.ac.id

Diajukan 18 Februari 2023 / Disetujui 20 Maret 2023

Abstrak

Teknologi berkembang begitu cepat menyebabkan pertukaran informasi menjadi kebutuhan bagi semua orang, begitu juga dengan sikap dan perilaku manusia yang semakin bergantung pada teknologi. Salah satu teknologi yang sedang berkembang adalah *E-Commerce*. Dengan adanya *E-Commerce* telah merubah semua kegiatan dalam proses bisnis. Salah satu perusahaan yang mengandalkan teknologi *E-Commerce* adalah Laku6, laku6 merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jual-beli dan tukar tambah handphone bekas berbasis website, Laku6 termasuk yang sudah maju dikarenakan mereka menggunakan website untuk media promosi produk, laku6 mempunyai kekurangan yang terletak pada website yang belum begitu akurat dalam segi pencarian barang dan kurang menarik pengguna, maka tidak jarang para pengguna sedikit bingung ketika mereka mencari barang yang mereka inginkan. Dalam penelitian ini menggunakan *questioner* kepada 50 responden dengan metode WebQual 4.0. Berdasarkan dari analisa deskriptif website laku6.com memiliki tingkat penyampaian informasi yang baik. Berdasarkan penilaian responden tentang nilai WebQual aransemen website laku6 pada kategori *Usability* (0,918), *Information Quality* (0,925), *Service Interaction* (0,926), dan *Customer Satisfaction* (0,879) faktor yang paling penting terhadap kepuasan pengguna adalah *Service Interaction* terhadap kepuasan pengguna.

Kata kunci: *E-Commerce*, Webqual 4.0, Kepuasan Pengguna, Laku6

Abstract

Technology is developing so fast that the exchange of information is a necessity for everyone, as well as human attitudes and behavior that are increasingly dependent on technology. One of the developing technologies is E-Commerce. The existence of E-Commerce has changed all activities in business processes. One of the companies that rely on E-Commerce technology is Laku6, Laku6 is a company engaged in the sale and purchase and exchange of website-based used mobile phones, Laku6 is one of the more advanced ones because they use the website for product promotion media, Laku6 has a drawback that lies on websites that are not very accurate in terms of searching for goods and are not attractive to users, it is not uncommon for users to be a little confused when they are looking for the items they want. In this study using a questionnaire to 50 respondents with the WebQual 4.0 method. Based on the descriptive analysis, the Laku6.com website has a good level of information delivery. Based on the respondent's assessment of the WebQual value of website arrangement behavior6 in the categories of Usability (0.918), Information Quality (0.925), Service Interaction (0.926), and Customer Satisfaction (0.879) the most important factors for user satisfaction are Service Interactions for user satisfaction.

Keywords: *E-Commerce*, Webqual 4.0, User Satisfaction, Laku6

*Korespondensi Penulis:

E-mail: agusbudiyantra@yahoo.co.id

Pendahuluan

1. Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi yang berkembang dengan sangat cepat menyebabkan pertukaran informasi menjadi sebuah kebutuhan bagi semua orang (Mardison, 2015), kebutuhan yang bertambah begitu pula perilaku manusia yang juga cenderung berubah serta didukung teknologi yang semakin canggih (Handayani, dkk, 2014). Selain dampak terhadap kecepatan dalam pertukaran informasi, dunia bisnis juga terkena dampaknya (Lupi, 2016), dampak yang jelas dan sudah terlaksana adalah penerapan teknologi internet dalam dunia bisnis untuk memasarkan berbagai macam produk atau jasa, baik dalam bentuk fisik maupun digital (Kusuma & Prasetya, 2017).

Teknologi informasi E-Commerce sebagai suatu bentuk kemajuan teknologi informasi telah membawa sejumlah perubahan dalam bidang bisnis, e-commerce berfokus pada jual dan beli produk ataupun jasa (Gangeshwer, 2013). E-Commerce menggunakan metode e-business sebagai landasan dasar dari proses berjalannya e-commerce, dimana proses e-business menghubungkan beberapa perusahaan untuk menciptakan sebuah proses internal dan eksternal bisnis agar menjadi lebih efisien dan fleksibel (Dhillon & Kaur, 2012).

Sebelum adanya E-Commerce sebagian besar pelaku bisnis menjual hasil usahanya lewat toko – toko, atau melalui pameran, serta kegiatan perayaan budaya tertentu (Magdalena & Ellyani, 2017). Kesulitan yang terjadi dalam bisnis adalah dimana perusahaan kesulitan dalam memasarkan produk dan menemukan pembeli yang tepat. Begitu juga dengan pihak customer kesulitan dalam mencari produk-produk yang dibutuhkan (Wibowo, 2013).

Semua pelaku bisnis dengan mudah mengatur sebuah bisnis dengan bisnis lainnya, dan memiliki hubungan yang baik dengan konsumen (Li & Hong, 2013). Selain pelaku bisnis seorang konsumen juga dapat melakukan pemesanan dan pembelian tanpa batasan tempat dan waktu, sehingga ini dapat memudahkan pihak konsumen tanpa harus membuang waktu lebih untuk membeli suatu barang (Kosasi, 2015).

Seiring berjalannya perkembangan pasar *e-commerce* yang mengalami peningkatan yang stabil tidak sebanding dengan pertumbuhan minat konsumen untuk melakukan proses berbelanja secara online. Ini dapat disebabkan oleh rendahnya tingkat kepercayaan konsumen terhadap proses online shopping dan juga kurangnya pengalaman dalam penggunaan *website online shop* (Sidharta & Suzanto, 2015).

Laku6.com merupakan salah satu website jual-beli *handphone* dengan kualitas bekas namun bergaransi di Indonesia, dalam strategi pemasarannya laku6.com menerapkan system pembayaran ditempat atau yang lebih dikenal dengan *Cash-On Delivery* (COD). Laku6.com pun menerapkan sistem penjualan dengan cara tukar tambah dimana setiap konsumen tidak perlu khawatir dengan masalah keuangan mereka. Saat ini website laku6.com terdapat pada urutan ke 1,690 di Indonesia jauh tertinggal dari website jual-beli yang lain yang ada di Indonesia seperti olx.com dan jualo.com. Turunnya posisi laku6.com diakibatkan oleh beberapa hal seperti tampilan antarmuka website yang kurang mudah dimengerti oleh pihak end-user, fitur pencarian yang kurang akurat sehingga pencarian yang dilakukan tidak sesuai yang diinginkan oleh pengguna.

2. Tujuan & Manfaat

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi penerapan dan desain user interface pada sistem informasi website Laku6.com sudah berjalan efektif dan sesuai dengan selera pelanggan dari laku6.com.

Adapun juga manfaat dari penelitian ini, yaitu meningkatkan *brand awareness* website Laku6.com kepada penggunanya melalui desain user interface yang baik, dan meningkatkan keefektifan pemberian informasi penting dalam website Laku6.com sehingga pelanggan menjadi mudah mengerti.

Tinjauan Pustaka

1. Website

Website merupakan salah satu sumber daya Internet yang berkembang pesat, informasi web didistribusikan melalui pendekatan *hypertext*, yang memungkinkan suatu teks dapat menghubungkan informasi yang lainnya. Dengan cara ini seseorang dapat memperoleh informasi dengan merujuk dari suatu dokumen ke dokumen lain. Dokumen-dokumen yang diakses pun dapat tersebar di internet (Sofian, 2017).

Jenis – jenis *website* berdasarkan jenisnya :

1. *Website* Dinamis adalah *website* yang kontennya dapat di perbaharui oleh *webmaster* ataupun oleh pengguna itu sendiri, karena *website* dinamis merupakan *website* yang memiliki sebuah fungsi nya tersendiri. Contoh : *website* sekolah, *blog*, maupun sistem penghitungan pada minimarket.
2. *Website* Statis adalah *website* yang kontennya tidak dapat di *update* oleh sembarang orang, konten *website* statis hanya bisa di perbaharui oleh *webmaster* ataupun oleh *programmer*nya itu sendiri. Contohnya : *Company Profile*, *Personal website*.

Jenis – jenis *website* berdasarkan kegunaannya :

1. *Website personal*, *website* yang memuat atau menampilkan informasi pribadi seseorang.
2. *Website* komersial, *website* yang menampilkan informasi berupa produk ataupun jasa yang bersifat bisnis.
3. *Website* pemerintah, *website* yang menampilkan informasi pelayanan kepada masyarakat, *website* ini dimiliki oleh sebuah instansi pemerintahan.
4. *Website non-profit organization*, dimiliki oleh organisasi yang tidak bersifat bisnis (Hidayat, 2010).

2. E-Commerce

E-Commerce adalah sebuah konsep dan proses yang merubah segala bentuk kegiatan yang dilakukan oleh manusia. *E-Commerce* menjadi salah satu dari sekian banyaknya tanda bahwa sudah adanya revolusi teknologi dan informasi dibidang ekonomi (Andry & Loisa, 2016). *E-commerce* dapat dibagi menjadi beberapa jenis yang memiliki karakteristik berbeda-beda (Irmawati, 2011).

1. *Business to Business* (B2B)
2. *Business to Consumer* (B2C)
3. Perdagangan Kolabratif (*collaborative commerce*)
4. *Consumer to consumer* (C2C)
5. *Consumer to Business* (C2B)
6. Perdagangan Intrabisnis (*Intraorganisasional*)
7. Pemerintah ke Warga (*Government to Citizen—G2C*).

3. WebQual 4.0 (Website Quality)

Instrumen *WebQual* menggunakan pendekatan *perception* dan *importance* dari pengguna. *WebQual* 1.0 berfokuskan kepada analisa informasi dan interaksi layanan, *WebQual* 2.0 sebaliknya, yaitu lebih menekankan pada analisa terhadap interaksi tetapi terasa kurang pada analisa kualitas informasi (Irawan, 2012).

Webqual telah mengalami perubahan dalam penyusunan aransemen pertanyaannya. Perubahan yang terakhir adalah munculnya *Webqual* 4.0 yang menggunakan empat aransmen pengukuran dengan 26 butir pertanyaan. Ketiga kategori tersebut adalah *usability*, *information* dan *serviceinteraction* (Syarifullah & Soemantri, 2016). Penelitian sebelumnya menyarankan bahwa dimensi *Webqual* dapat memprediksi kepuasan pengguna dan maksud pengguna dalam menggunakan kembali *website* (Nugroho & Sari, 2016). Berikut merupakan tabel 1 yang berisikan variabel instrument *Webqual* yang digunakan sebagai variabel untuk melakukan penentuan kepuasan pelanggan *website* laku6.com. Berikut adalah tabel 1. *Variabel Instrumen Webqual*

Tabel 1. *Variabel Instrumen Webqual*(Nugroho & Sari , 2016)

Dimensi	Variabel Webqual 4.0	Kode
Usability	1. Situs mudah untuk dipelajari dan dioperasikan	USA1
	2. Interaksi dengan website jelas dan mudah dimengerti	USA2
	3. Mudah untuk menemukan menu-menu didalam website	USA3
	4. Website mudah untuk digunakan	USA4
	5. Memiliki tampilan website yang menarik	USA5
	6. Desain website yang cocok dengan jenis website	USA6
	7. Website memiliki kompetensi	USA7
	8. Website menciptakan pengalaman positif bagi pengguna	USA8
Information Quality	1. Website menyediakan informasi yang akurat	IQ1
	2. Website menyediakan informasi yang dapat dipercaya	IQ2
	3. Website menyediakan informasi yang tepat waktu	IQ3
	4. Website menyediakan informasi yang relevan	IQ4
	5. Website menyediakan informasi yang mudah dimengerti	IQ5
	6. Website menyediakan informasi dengan detail yang tepat	IQ6
	7. Website menyajikan informasi dalam format yang tepat	IQ7
Service Interaction	1. Website mempunyai reputasi yang baik	SI1
	2. Merasa aman dalam bertransaksi	SI2
	3. Merasa aman dengan data pribadi pengguna	SI3
	4. Menciptakan rasa personal atau terjaminnya privasi	SI4
	5. Dapat dengan mudah berkomunikasi dengan perusahaan	SI5
	6. Menyampaikan rasas bermasyarakat atau bersosial	SI6
	7. Memberikan produk atau layanan sesuai dengan janji	SI7
Customer Satisfaction	1. Saya merasa puas dengan kualitas pelayanan Tokopedia	KP1
	2. Saya merasa puas dengan produk yang ditawarkan Tokopedia	KP2
	3. Saya akan sering menggunakan Tokopedia ketika berbelanja online	KP3
	4. Saya bersedia merekomendasikan Tokopedia kepada teman dan kerabat untuk keperluan jual-beli online	KP4

Keterangan:

USA(1-8): instrumen untuk dimensi *usability*

IQ(1-7): instrumen untuk dimensi *information quality*

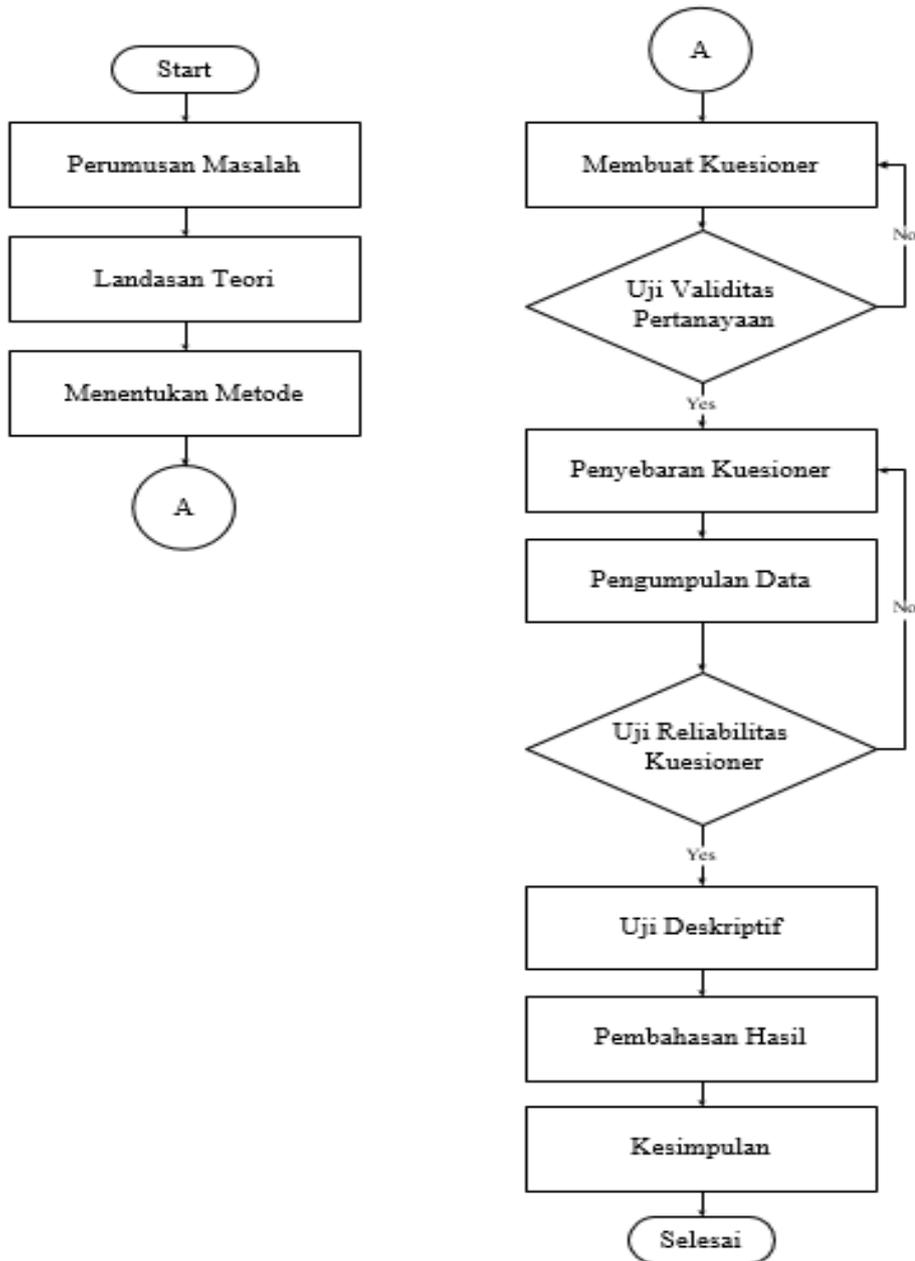
SI(1-7): instrumen untuk dimensi *service interaction*

KP(1-4): instrumen untuk dimensi *customer satisfaction*

Metode Penelitian

Pada penelitian ini, penulis akan melakukan analisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap *e-commerce* laku6.com yang merupakan *website* yang digunakan untuk kegiatan jual beli secara *online*. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat untuk mengukur kepuasan pelanggan dari laku6.com. Penyebaran kuesioner dilakukan kepada 50 orang pengguna aktif *website* laku6.com dilingkungan Universitas Bunda Mulia, Jakarta selama 1 bulan yaitu pada bulan Oktober 2018.

Model analisa yang digunakan penulis untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan *website* laku6.com adalah dengan menggunakan *Webqual* 4.0, didalam *Webqual* 4.0 terdapat empat dimensi yang digunakan oleh penulis sebagai tolak ukur untuk membuat pertanyaan kuesioner. Pengujian instrument menggunakan uji validitas, reliabilitas, dan uji deskriptif. Berikut merupakan Gambar 1 Rencana Penelitian



Gambar 1. Rencana Penelitian
(Kurniawati, Kusyanti, & Mursityo, 2018)

Hasil Dan Pembahasan

1. Analisis Data

A. Uji Validitas

Uji Validitas merupakan suatu cara pengujian yang dipakai untuk menentukan sejauh mana sebuah instrumen pertanyaan yang digunakan. Suatu instrument dikatakan valid apabila pernyataan yang termuat dapat menjelaskan sesuatu yang diukur oleh instrument itu sendiri (Janti, 2014).

Variasi pertanyaan yang berkorelasi signifikan dengan nilai total memperlihatkan pertanyaan tersebut dapat memberikan dukungan dalam mencari apa yang ingin kita cari. Kriteria pengujian ialah (Kurniawati, Kusyanti, & Mursityo, 2018):

- a. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan signifikan 5% atau 0,05 maka instrumen pada webqual 4.0 berkorelasi signifikan terhadap total nilai atau dengan kata lain dinyatakan *valid*.

- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan signifikan 5% atau 0,05 maka instrumen pada webqual 4.0 tidak berkorelasi signifikan terhadap total nilai atau dengan kata lain dinyatakan tidak *valid*

B. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah pengujian yang menunjukkan bahwa suatu alat ukur yang digunakan dalam penelitian keperilakukannya mempunyai keandalan sebagai alat ukur, diantaranya diukur melalui konsistensi hasil pengukuran dari waktu ke waktu jika fenomena yang diukur tidak berubah (Sujono & Santoso, 2017).

C. Analisa Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan metode pengumpulan data yang memberikan penjelasan pada sebuah data secara jelas dan lengkap, analisis deskriptif bertujuan untuk mengubah sekumpulan data mentah menjadi informasi yang lebih mudah dipahami, disajikan dalam bentuk tabel ataupun grafik (Sari, 2017).

2. Pembahasan Hasil

A. Nilai r tabel

Untuk mengetahui nilai r_{tabel} maka digunakan perhitungan (*degree of freedom*) $DF = (\text{jumlah responden} - 2)$ [50]. Maka perhitungannya yaitu :

$$DF = (\text{jumlah responden} - 2) = (50 - 2) = 48$$

Setelah mendapatkan nilai $DF = 48$, langkah selanjutnya adalah mencari nilai r_{tabel} berdasarkan tabel distribusi nilai r_{tabel} signifikan 5%. Menurut tabel distribusi nilai maka nilai r_{tabel} 48 yaitu sebesar 0,279. Setelah menemukan nilai r_{tabel} maka selanjutnya melakukan tahap uji validasi.

B. Uji Validitas

Setelah melakukan pengambilan data dari kuesioner yang telah disebar, maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji validitas menggunakan *software* SPSS. Pengujian ini memiliki tujuan untuk mengukur sejauh mana sebuah instrumen Webqual 4.0 dapat dikatakan valid. Webqual 4.0 memiliki 4 aransemen yang menjadi acuan dalam hal pembuatan kuesioner, yaitu *Usability* yang membahas kegunaan dasar dari *website* laku6.com tersebut apakah sesuai atau tidak fungsi *website* tersebut, berikutnya ada *Information Quality* yang membahas tentang bagaimana suatu *website* dapat menyampaikan suatu informasi yang mudah dimengerti oleh pengguna, yang ke tiga ada *Service Interaction* mutu dari interaksi pelayanan yang dialami oleh pengguna ketika mereka menyelidiki ke dalam site lebih dalam, yang terwujud dengan kepercayaan dan empati, dan yang terakhir adalah *Customer Satisfaction* merupakan aransemen webqual yang membahas kepuasan pelanggan terhadap keseluruhan *website*. Tabel 2 Hasil Uji Validitas merupakan hasil dari pengujian validitas dengan jumlah 26 pertanyaan.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Aransemen	No.	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
<i>Usability</i> (USA)	1	0,773	0,279	Valid
	2	0,890	0,279	Valid
	3	0,783	0,279	Valid
	4	0,867	0,279	Valid
	5	0,797	0,279	Valid
	6	0,837	0,279	Valid
	7	0,668	0,279	Valid
	8	0,869	0,279	Valid
<i>Information</i> <i>Quality</i>	9	0,863	0,279	Valid
	10	0,833	0,279	Valid

(IQ)	11	0,735	0,279	Valid
	12	0,894	0,279	Valid
	13	0,766	0,279	Valid
	14	0,887	0,279	Valid
	15	0,846	0,279	Valid
Service Interaction (SI)	16	0,878	0,279	Valid
	17	0,803	0,279	Valid
	18	0,835	0,279	Valid
	19	0,876	0,279	Valid
	20	0,810	0,279	Valid
	21	0,827	0,279	Valid
	22	0,819	0,279	Valid
Customer Satisfaction (KP)	23	0,851	0,279	Valid
	24	0,884	0,279	Valid
	25	0,853	0,279	Valid
	26	0,887	0,279	Valid

Dari hasil uji validitas di atas dan setelah dibandingkan dengan nilai R_{tabel} , maka di dapat keterangan *valid* karena jumlah $R_{hitung} > R_{tabel}$. Tabel diatas menampilkan 26 pertanyaan yang dinyatakan *valid* dan bisa di lanjutkan ke tahap pengujian selanjutnya yaitu uji reliabilitas untuk mendapatkan nilai *alpha*.

C. Uji Reliabilitas

Setelah melakukan proses pengujian terhadap pertanyaan yang termuat dalam aransemen Webqual 4.0 dan telah dinyatakan sebagai pertanyaan yang *valid*, maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas. Uji reliabilitas ini menggunakan *software* SPSS untuk mencari nilai *Cronbach's Alpa*. Suatu kuesioner bisa di katakana reliabel jika nilai *alpha* > dari nilai R_{tabel} , jika sebaliknya maka kuesioner tersebut dapat dinyatakan tidak *reliabel*. Tabel 3 berikut merupakan hasil uji reliabilitas:

Tabel 3. Uji Reliabilitas terhadap setiap aransemen Webqual 4.0

Aransemen	Cronbach's Alpha	N of Items	Rtabel	Keterangan
Usability (USA)	0.918	8	0,279	Reliable
Information Quality (IQ)	0.925	7	0,279	Reliable
Service Interaction (SI)	0.926	7	0,279	Reliable
Customer Satisfaction (KP)	0.879	4	0,279	Reliable

Dilihat dari hasil pengujian reliabilitas terhadap setiap aransemen webqual 4.0 dapat diketahui bahwa nilai α *usability* = 0,918, nilai *information quality* = 0,925, nilai *service interaction* = 0,926 dan nilai dari customer satisfaction = 0,879. Jika dibandingkan setiap aransemen webqual tadi dengan nilai rtabel yang memiliki signifikansi sebesar 5% = 0,279. Maka dapat disimpulkan bahwa setiap aransemen webqual 4.0 dapat dinyatakan reliabel sehingga bisa digunakan sebagai alat untuk mengukur kepuasan pelanggan.

D. Analisa Deskriptif

Langkah selanjutnya adalah melakukan analisa deskriptif, langkah ini bertujuan untuk memberikan kesimpulan terhadap hasil dari pengumpulan kuesioner yang telah dilakukan.

Dari hasil analisa deskriptif pada setiap aransemen webqual 4.0 yang terdapat pada tabel 7 dengan jumlah responden sebanyak 50 orang, dapat dilihat bahwa nilai skor rata-rata mean dari aransemen *usability* mendapatkan nilai sebesar 3.8825. Pada *information quality* mendapatkan nilai mean sebesar 3.9020, Pada *service interaction* mendapatkan nilai mean sebesar 3.8685. Pada *customer satisfaction* mendapatkan nilai sebesar 3.800. Maka dapat disimpulkan bahwa pihak laku6 memiliki kualitas penyampaian informasi yang sangat bagus. Berikut adalah Tabel 4 Uji Deskriptif Terhadap Setiap Aransemen Webqual 4.0.

Tabel 4. Uji Deskriptif Terhadap Setiap Aransemen Webqual 4.0

Aransemen	Jumlah Responden	N of Items	Min	Max	Mean
<i>Usability (USA)</i>	50	8	1.00	5.00	3.8825
<i>Information Quality (IQ)</i>	50	7	1.00	5.00	3.9020
<i>Service Interaction (SI)</i>	50	7	1.00	5.00	3.8685
<i>Customer Satisfaction (KP)</i>	50	4	1.00	5.00	3.8000

Simpulan

1. Kesimpulan

Kesimpulan yang didapat dari penelitian ini antara lain:

1. Pentingnya suatu website e-commerce agar lebih memerhatikan suatu tampilan antarmuka website yang lebih menarik dan lebih mudah untuk dipelajari oleh pengguna.
2. Pentingnya suatu perusahaan e-commerce meningkatkan berbagai pendekatan agar para pengguna dapat lebih tertarik dan dapat lebih percaya terhadap website e-commerce tersebut agar dapat meningkatkan daya beli.
3. Perusahaan e-commerce harus memberikan jaminan keamanan data agar pengguna dapat merasa dengan aman jika berbelanja di website tersebut.

2. Saran

Berdasarkan pengalaman yang diperoleh selama melakukan penelitian, terdapat beberapa saran yang mungkin bermanfaat, yaitu Laku6 harus lebih memerhatikan website nya agar dapat menarik daya beli pengunjung website tersebut, Untuk membangun kepercayaan terhadap konsumen laku6 dapat memberikan beberapa penawaran lagi agar lebih banyak lagi konsumen yang dapat mempercayai dan tertarik untuk belanja di laku6.

Daftar Pustaka

- Andry, J. F., & Loisa, J. (2016). *The E-Commerce Potential For Home-Based Business : A Case Study*. *Jurnal Ilmiah Fivo*, 139.
- Dhillon, R., & Kaur, S. (2012). *Review Paper On E-Business & Crm*. *International Journal Of Computing & Business Research*, 1.
- Gangeshwer, D. K. (2013). *E-Commerce Or Internet Marketing: A Business Review From Indian Context*. *International Journal Of U- And E- Service, Science And Technology*, 1.
- Handayani, S., Mesterjon, & Kanedi, I. (2014). *Aplikasi E-Commerce Pada Pt. Purna Karya Medikalindo Bengkulu*. *Jurnal Media Infotama*, 1.
- Hidayat, R. (2010). *Cara Praktis Membangun Website Gratis*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Irawan, C. (2012). *Evaluasi Kualitas Website Pemerintah Daerah Dengan Menggunakan Webqual (Studi Kasus Pada Kabupaten Ogan Ilir)*. *Jurnal Sistem Informasi*, 489.
- Irmawati, D. (2011). *Pemanfaatan E-Commerce Dalam Dunia Bisnis*. *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis*, 97.
- Janti, S. (2014). *Analisis Validitas Dan Reliabilitas Dengan Skala Likert Terhadap Pengembangan Si/Ti Dalam Penentuan Pengambilan Keputusan Penerapan Strategic Planning Pada Industri Garmen*. *Prosiding Seminar Nasional Aplikasi Sains& Teknologi (Snast)*, A-157.
- Kosasi, S. (2015). *Perancangan Sistem E-Commerce Untuk Memperluas Pasar*. *Snastia*, 1.
- Kurniawati, R. A., Kusyanti, A., & Mursityo, Y. T. (2018). *Analisis Pengaruh Kualitas Website Terhadap Kepuasan Pelanggan Mister Aladin Dengan Menggunakan Webqual 4.0*. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 1154.
- Kusuma, A. P., & Prasetya, K. A. (2017). *Perancangan Dan Implementasi E-Commerce Untuk Penjualan Baju Online Berbasis Android*. *Jurnal Antivirus*, 1.
- Li, H., & Hong, J. (2013). *Factors Influencing Consumers' Online Repurchasing Behavior: A Review And Research Agenda*. *Ibusiness*, 160.
- Lupi, F. R. (2016). *Analisis Strategi Pemasaran Dan Penjualan E-Commerce*. *Jurnal Elektronik Sistem Informasi Dan Komputer*, 1.
- Magdalena, H., & Ellyani, W. (2017). *The Strategy Of Exploiting E-Commerce In The Marketing Of Bangka Peculiar Food (Case Study: Aneka Citra Snack)*. *Cogito Smart Journal*, 2.
- Mardison. (2015). *Perancangan Dan Implementasi E-Commerce Pada Rumah Songket Pusako Minang Pandai Sikek*. *Jurnal Komtekinfo Fakultas Ilmu Komputer*, 1.
- Nugroho, A. K., & Sari, P. K. (2016). *Analisis Pengaruh Kualitas Website Tokopedia Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Webqual 4.0*. *E-Proceeding Of Management*, 2934.
- Sari, N. (2017). *Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Sariayu Martha Tilaar Di Kota Jambi*. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 212.
- Sidharta, I., & Suzanto, B. (2015). *Pengaruh Kepuasan Transaksi Online Shopping Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Sikap Serta Perilaku Konsumen Pada E-Commerce*. *Jurnal Computech & Bisnis*, 2.
- Sofian, S. (2017). *Penerapan Sistem Informasi E-Commerce Berbasis Web (Studi Kasus Untuk Vendor Pernikahan)*. *Jitekh*, 53.
- Sujono, & Santoso, H. B. (2017). *Analisis Kualitas E-Learning Dalam Pemanfaatan Web Conference Metode Webqual (Studi Kasus: Universitas Kh. A. Wahab Hasbullah)*. *Saintekbu : Jurnal Sains Dan Teknologi*, 30.
- Syaifullah, & Soemantri, D. O. (2016). *Pengukuran Kualitas Website Menggunakan Metode Webqual 4.0 (Studi Kasus: Cv. Zamrud Multimedia Network)*. *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Sistem Informasi*, 20.
- Wibowo, A. T. (2013). *Pembuatan Aplikasi E-Commerce Pusat Oleh-Oleh Khas Pacitan Pada Toko Sari Rasa Pacitan*. *Indonesian Journal On Networking And Security*, 1.