



ANALISIS USER EXPERIENCE PADA APLIKASI SHOPEE BERBASIS ANDROID DAN WEBSITE

Fadhlullah Yoga Wicahyono^{1*}, Faiz Danendra Ahnaf Pasa², Moh. Rifqi Nurfaismi³,
Yazid Fauzan Nur Ashfani⁴, Lexy Bayu Eka⁵

Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Fakultas Teknik Informatika, Ponorogo
Jawa Timur,

fadhlullahyoga21@gmail.com¹, faizdanendra52@gmail.com²,
moh.rifqinurfaismi13@gmail.com³, yazedf29@gmail.com⁴, lexyekabp@gmail.com

* fadhlullahyoga21@gmail.com

Abstrak

Di era globalisasi, masyarakat lebih memilih berbelanja di platform digital. Sebab, platform digital dinilai lebih cepat dan efektif. Analisis user experience ini bertujuan untuk mengetahui kemudahan pengguna shopee berbasis android dan website. Metode analisis penelitian kualitatif yang dikenal sebagai analisis varians digunakan untuk mengevaluasi setiap situasi di mana penulis membuat komentar menggunakan deskriptif. Pada penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data melalui kuisisioner online yang disebarluaskan kepada pengguna Shopee hasil perbandingan pengguna shopee versi android atau website dengan menggunakan kuisisioner untuk pembandingnya. Dari data yang di peroleh pengguna shopee pada aplikasi android 76,2%, dan 19% untuk pengguna shopee yang menggunakan kedua platform website atau melalui android, dan sisanya menggunakan shopee website. Data dikumpulkan dari kuesioner dengan empat variabel UX, diuji validitas dan reliabilitasnya dengan 30 dan 100 responden mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Hasil menunjukkan mayoritas pengguna Shopee menggunakan versi Android (76,2%), dengan durasi utama 1-2 tahun (40,5%). Pengguna merasa aplikasi lebih mudah digunakan di Android (66,7%) dibandingkan website (46,3%). Proses pembayaran lebih memuaskan di Android (54,8%) dibandingkan website (31,7%).

Kata kunci: Aplikasi, Shopee, Android, Website.

Abstract

In the era of globalization, people prefer to shop on digital platforms. Because digital platforms are considered faster and more effective. This user experience analysis aims to determine the ease of using Android-based Shopee and websites. A qualitative research analysis method known as analysis of variance is used to evaluate each situation in which the author makes comments using descriptives. This research uses a data collection method through an online questionnaire which is distributed to Shopee users, the results of a comparison of users of the Android version of Shopee or the website using a questionnaire for comparison. From the data obtained by Shopee users on the Android application, 76.2%, and 19% for Shopee users who use both website platforms or via Android, and the rest use the Shopee website. Data was collected from a questionnaire with four UX variables, tested for validity and reliability using 30 and 100 respondents were students at Muhammadiyah University of Ponorogo. The results show that the majority of Shopee users use the Android version (76.2%), with a primary duration of 1-2 years (40.5%). Users find applications easier to use on Android (66.7%) than websites (46.3%). The payment process is more satisfying on Android (54.8%) than the website (31.7%).

Keywords: Application, Shopee, Android, Website.

1. Pendahuluan



Di era globalisasi, masyarakat lebih memilih berbelanja di platform digital. Sebab, platform digital dinilai lebih cepat dan efektif. Transformasi digital yang masif dan berkembang pesat telah mengubah paradigma ekonomi dan sosial dalam skala global [1]. Layanan e-commerce atau belanja online hampir dapat diakses oleh seluruh masyarakat. Ini merupakan langkah baru dalam menciptakan insentif yang menarik dan efektif. Ruang virtual diciptakan untuk memudahkan aktivitas jual beli tanpa harus bertatap muka [2]. Berkat kemudahannya, produsen bisa menjual segala sesuatunya tanpa stand, dan konsumen tidak perlu berjalan kaki. Shopee memungkinkan pengguna membeli dan menjual hanya dalam satu klik.

Shopee telah menjadi salah satu platform e-commerce yang berkantor pusat di Singapura dan didirikan pada 2009 oleh Forrest Li. Dengan jumlah pengguna di Indonesia yang terus bertambah, platform ini memberikan berbagai kemudahan dan keuntungan bagi penggunanya, seperti kemudahan dalam mencari produk, berbagai pilihan metode pembayaran, dan program promo yang menarik. Pembayarannya pun cukup mudah, bisa menggunakan (shopee, spaylater, cod/bayar di tempat, transfer bank, kartu kredit, cicilan kartu kredit, indomaret, alfamart, mitra shopee, BRI direct debit, one klik, agen bri link, BNI agen46, akulaku paylater). Selain itu, Shopee juga menawarkan fitur Shopee Live yang berfungsi sebagai daya tarik bagi konsumen yang tertarik dengan produk dan ingin melakukan pembelian [3]. Untuk menggunakan aplikasi Shopee, Pengguna harus mengembangkan kontak pemasaran sosial. Hal ini sesuai dengan penelitian lain bahwa kontribusi keseluruhan pemasaran sosial terhadap keputusan pembelian konsumen di situs web e-commerce adalah 45,35% dan pemasaran media sosial juga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen e-commerce [4]. Namun seiring berkembangnya teknologi dan perubahan perilaku pengguna, Shopee harus beradaptasi untuk terus memberikan pengalaman terbaik bagi penggunanya. Salah satu caranya adalah dengan menganalisis tingkat kepuasan pengguna terhadap platform, baik untuk versi aplikasi Android maupun website.

Namun kenyataannya masih terdapat permasalahan pada fitur dan aplikasi Shopee. Hal ini disebabkan adanya keluhan yang diterima langsung dari pengguna aplikasi mobile Shopee di Google PlayStore dan App Store. Berdasarkan keluhan pengguna, permasalahannya cenderung terkait dengan sistem dan kualitas layanan aplikasi Shopee. Faktanya, semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan maka semakin tinggi pula kepuasan penggunanya. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna [5]. Selain itu, kualitas aplikasi juga harus sesuai dengan spesifikasi ponsel yang digunakan, sehingga pengguna dengan berbagai jenis perangkat dapat menikmati pengalaman optimal tanpa adanya kendala teknis.

Konsep UX, dalam perkembangannya, diadopsi juga oleh media sosial. Platform media sosial terdiri dari aplikasi mobile dan desktop. Hal ini membawa perubahan besar dalam desain media sosial. Pada tahun 1978, ketika masih berupa sistem papan buletin, desain media sosial hanya untuk mengakomodasi fitur untuk berkomunikasi menggunakan surat elektronik [6]. UX terdiri dari empat elemen dasar: nilai (value), kegunaan (usability), daya tarik (desirability), dan kemudahan adopsi (adoptability). UX dari sebuah platform harus mampu mengakomodasi kepentingan semua pemangku kepentingan dengan membuat situs web yang lebih mudah digunakan, berharga, dan efektif bagi pengunjung. Fokusnya terletak pada kesenangan dan nilai daripada hanya kinerja [7].

Pengukuran kualitas dari sebuah website menggunakan WebQual (Website Quality) 4.0 merupakan alat tolak ukur terpercaya dari kualitas suatu website. WebQual ini adalah pengukur kualitas web terbaru yang banyak digunakan oleh perusahaan jasa online di seluruh dunia. Misalnya, penelitian terdahulu telah menemukan bahwa kualitas website beberapa perusahaan e-commerce, terkait dengan fasilitas yang ditawarkan, sangat



berpengaruh terhadap minat dan kepuasan konsumen dalam menggunakan website perusahaan. [8]

Shopee, sebagai salah satu platform e-commerce terkemuka, juga menggunakan WebQual 4.0 untuk memastikan kualitas layanan dan pengalaman pengguna pada website dan aplikasinya. Melalui WebQual, Shopee dapat mengukur berbagai aspek kualitas seperti kegunaan, informasi, dan interaksi layanan, yang semuanya berkontribusi terhadap kepuasan pengguna dan minat mereka untuk terus menggunakan platform ini [9].

Desain *user experience* aplikasi *android* dan *Website Shoppe* menjadi menarik untuk dipelajari dan ditiru bagi *Developer* pemula yang ingin membuat aplikasi *Marketplace*. Analisis *user experience* aplikasi *android* dan *Website Shoppe* dapat diketahui: *value* apa yang ditawarkan, menariknya *desirability* yang dirasakan, seperti apa strategi *adoptability* Shoppe, dan tingkat *usability* yang dimiliki. Hasil diskusi mengenai elemen *user experience* ini dapat dijadikan dasar bagi para *UX designer* aplikasi *Marketplace* serupa.

Shopee menyadari pentingnya kualitas dan fungsionalitas baik dalam versi situs *website* maupun aplikasi *android*. Dengan menyediakan antarmuka yang ramah pengguna, berbagai metode pembayaran, dan fitur interaktif seperti obrolan langsung antara penjual dan pembeli, Shopee berusaha meningkatkan kepuasan konsumen. Penelitian ini menekankan bahwa selain kualitas, fasilitas yang lengkap pada website dan aplikasi Android Shopee juga memainkan peran penting dalam meningkatkan kepuasan pengguna dan mendorong minat pembelian online.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 User Experience (UX)

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Frank Guo (2012), Untuk menciptakan User Experience yang baik, sebuah produk harus sesuai antara fitur-fiturnya dengan kebutuhan pengguna. Hal ini menentukan nilai dan harga produk tersebut. Selanjutnya, jika produk mudah ditemukan dan digunakan sejak pertama kali, pengguna akan merasa senang saat menggunakannya. Terakhir, produk harus mudah digunakan untuk menyelesaikan atau melakukan hal-hal yang diinginkan oleh pengguna. Inilah empat elemen penting untuk mendapatkan User Experience yang baik.[7].

2.2 Android OS

Menurut Nazrudin Safaat H (2012), Android adalah sebuah sistem operasi yang berbasis Linux untuk perangkat mobile. Sistem ini mencakup berbagai komponen seperti sistem operasi, middleware, dan aplikasi. Android menyediakan platform terbuka bagi pengembang untuk menciptakan aplikasi mereka sendiri. Awalnya dikembangkan oleh Android Inc., perusahaan perangkat lunak yang kemudian diakuisisi oleh Google Inc. Untuk mendukung pengembangannya, dibentuklah Open Handset Alliance (OHA), sebuah konsorsium yang terdiri dari 34 perusahaan perangkat keras, perangkat lunak, dan telekomunikasi, termasuk Google, HTC, Intel, Motorola, Qualcomm, T-Mobile, dan Nvidia [10].

Sejak diluncurkan pada tahun 2007, Android telah memiliki beberapa versi. Versi terbaru adalah Android 14, yang diperkenalkan pada 5 Oktober 2023. Berbeda dengan versi sebelumnya yang menggunakan nama-nama makanan penutup seperti cupcake, nougat, dan donut, mulai sekarang sistem operasi ini akan menggunakan penomoran berurutan untuk versinya, seperti Android 10, 11, 12, 13, 14, dan seterusnya.



2.3 Shopee

Dalam penelitian yang dilakukan oleh D. Y. P. Widodo dan H. Prasetyani (2022) Shopee, yang didirikan pada tahun 2009 di Singapura oleh Forrest Li, telah menjadi platform e-commerce populer di Indonesia. Pertumbuhan pengguna Shopee di Indonesia didorong oleh kemudahan pencarian produk, berbagai metode pembayaran (seperti ShopeePay, SPayLater, COD, transfer bank, kartu kredit, dan lainnya), serta program promo yang menarik. Fitur Shopee Live memungkinkan interaksi langsung antara penjual dan konsumen, meningkatkan keterlibatan pengguna. Penelitian ini menunjukkan bahwa Shopee efektif sebagai alat pemasaran sosial, membantu penjual menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan penjualan produk. Shopee menawarkan berbagai kemudahan dan fitur inovatif yang mendukung strategi pemasaran dan peningkatan penjualan [3].

2.4 Website

Menurut Abdullah (2018), Website dapat diartikan sebagai kumpulan halaman yang berisi informasi data digital baik berupa teks, gambar, animasi, suara dan video atau gabungan dari semuanya yang disediakan melalui jalur koneksi internet sehingga dapat diakses dan dilihat oleh semua orang di seluruh dunia. Halaman website dibuat menggunakan bahasa standar yaitu HTML. Skrip HTML ini akan diterjemahkan oleh *web browser* sehingga dapat ditampilkan dalam bentuk informasi yang dapat dibaca oleh semua orang [11].

Sedangkan menurut Jonathan Sarwono, HTML merupakan singkatan dari *Hypertext Markup Language* yaitu bahasa standar web yang dikelola penggunaannya oleh W3C (*World Wide Web Consortium*) berupa tag-tag yang menyusun setiap elemen dari website. HTML berperan sebagai penyusun struktur halaman website yang menempatkan setiap elemen website sesuai layout yang diinginkan [12].

2.5 E-commerce

Menurut Harmayani, dkk (2020), *E-commerce* adalah aktivitas pemasaran, penjualan, dan pembelian barang atau jasa yang dilakukan melalui sarana elektronik seperti internet, televisi, web, atau jaringan komputer lainnya, yang menggunakan teknologi database, e-mail, dan bentuk teknologi non-komputer lainnya [13].

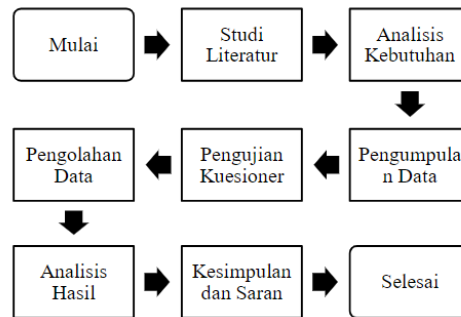
Sedangkan menurut penelitian dari M. A. Firmansyah (2020), Dalam praktik *e-commerce*, terdapat berbagai komponen yang mendukung kelancaran operasionalnya, yaitu:

1. Produk
2. Tempat menjual produk
3. Cara menerima pesanan
4. Metode pembayaran
5. Metode pengiriman
6. Customer Service

Komponen-komponen ini tentu saja menjadi faktor penting bagi konsumen dalam menentukan e-commerce yang akan dipilih. Konsumen biasanya lebih memilih e-commerce yang memudahkan mereka menemukan produk yang diinginkan, menyediakan kemudahan transaksi, serta menawarkan layanan pengiriman dan pembayaran yang efisien. [14].

3. Metodologi

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif, yaitu suatu riset yang bersifat deskriptif. Metode analisis penelitian kualitatif yang dikenal sebagai analisis varians digunakan untuk mengevaluasi setiap situasi di mana penulis membuat komentar menggunakan deskriptif. Pada penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data melalui kuisioner online yang disebarkan kepada pengguna Shopee. Kuisioner ini mencakup pertanyaan-pertanyaan terkait pengalaman pengguna dalam menggunakan fitur-fitur Shopee.



Gambar 1. Kerangka Kerja Penelitian.

3.1 Studi Literatur

Setelah dilakukan perumusan masalah, kemudian mencari studi literatur yang terkait dengan topik yang, mendukung penyelesaian masalah pada penelitian ini. Studi literatur diperoleh melalui paper, jurnal, buku dan penelitian tentang topik yang sama yaitu berhubungan dengan *user experience* yang telah dilakukan sebelumnya. Studi literatur yang digunakan dapat dijadikan sebagai landasan teori dalam melakukan penelitian.

3.2 Analisa Kebutuhan

Pada fase ini, dilakukan penelitian rincian kebutuhan berupa informasi tentang kuesioner yang akan digunakan mencakup empat variabel UX karena pada kuesioner tersebut merupakan gabungan dari pernyataan-pernyataan yang dibutuhkan yang mewakili empat variabel. Kemudian langkah berikutnya yaitu menentukan responden yang tepat serta jumlah responden yang dibutuhkan untuk pengujian instrumen penelitian. Pengujian instrumen penelitian dilakukan dengan dua tahapan uji. Pengujian pertama dilakukan dengan uji validitas. Pengujian kedua, dilakukan dengan uji reliabilitas. Jumlah responden pada uji validitas adalah 30, dan uji reliabilitas adalah 100. Pemilihan partisipan ini dipilih berdasarkan responden yang merupakan representatif yaitu mewakili mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

3.3 Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan dua tahap pengujian. Pengujian pertama yaitu pengujian ketepatan alat ukur (pernyataan kuesioner) sehingga disebut valid. Kemudian pengumpulan data ini dilanjutkan dengan pengujian kedua yaitu untuk mengetahui sejauh mana alat ukur (jawaban responden) dapat dipercaya. Seluruh pengujian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang dikembangkan dari indikator setiap variabel. Kuesioner disebarkan secara manual kepada 100 responden. Data kuesioner akan diambil dengan mempersilahkan responden mengisi kuesioner yang telah tersedia. Pengambilan data dilakukan untuk menunjang hasil dari analisis.

3.4 Pengujian Kuesioner

Pengujian kuesioner dilakukan dalam dua tahap. Pertama untuk mengetahui apakah setiap pertanyaan yang diajukan kepada responden adalah valid. Tahapan kedua yaitu melakukan pengujian terhadap jawaban responden. Ini untuk memastikan bahwa jawaban tersebut dapat dipercaya.



3.5 Pengolahan Data

Pengolahan data dilakukan dengan menghitung nilai rata-rata dari tiap atribut. Setelah itu dicari rata-rata keseluruhan parameter tiap-tiap indikator yang ada didalamnya. Data dari kuesioner akan dihitung rata-ratanya melalui nilai Skala Likert pada kuesioner. Setelah itu, dilakukan pencarian nilai tertinggi pada tiap-tiap atributnya. Nilai ini akan menentukan setiap variabel UX, yang merupakan faktor penyebab sebuah aplikasi shopee media sosial menjadi populer dari sisi pengalaman pengguna (UX).

3.6 Analisa Hasil

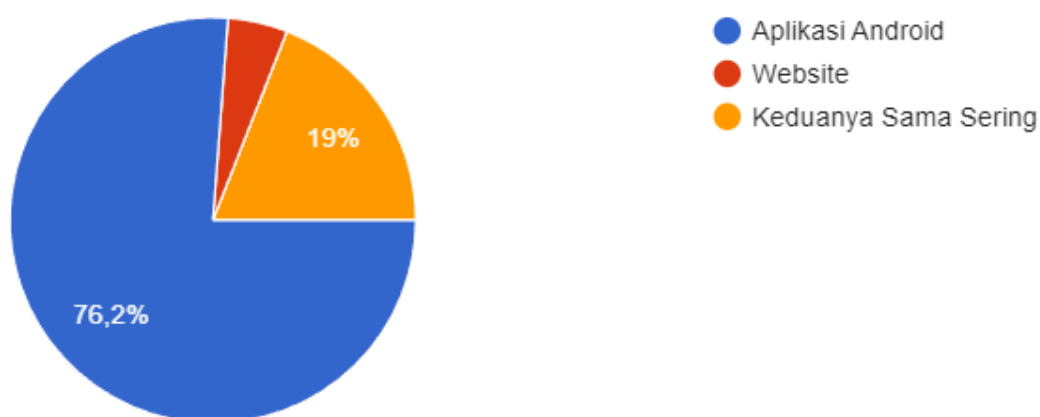
Pada fase ini, penulis akan melakukan analisis hasil dari data kuesioner untuk mendapatkan respon positif dan negatif dari responden. Tanggapan negatif dilihat dari banyaknya jawaban Tidak Setuju (1) dan Sangat Tidak Setuju (2). Tanggapan positif dilihat dari seberapa banyak jawaban Setuju (3) dan Sangat Setuju (4). Jawaban Setuju yang terbanyak akan menunjukkan indikator mana yang paling berpengaruh dalam sebuah variabel UX. Dari hal tersebut, kemudian akan ditemukan dua variabel terpenting dalam userexperience aplikasi shopee.

3.7 Kesimpulan dan Saran

Pada tahap ini akan membahas mengenai kesimpulan yang dapat diambil dari akhir penelitian ini dan diharapkan kesimpulan yang dihasilkan dapat menjawab rumusan masalah yang sudah dijabarkan sebelumnya. Dalam kesimpulan akan menjawab semua pertanyaan yang ada pada rumusan masalah sehingga diharapkan dapat menjadi masukan pada pengembang aplikasi mobile media sosial serupa. Selain itu, akan disebut pula saran yang didapatkan dari penelitian ini guna dilakukannya penelitian lanjutan

4. Hasil dan Pembahasan

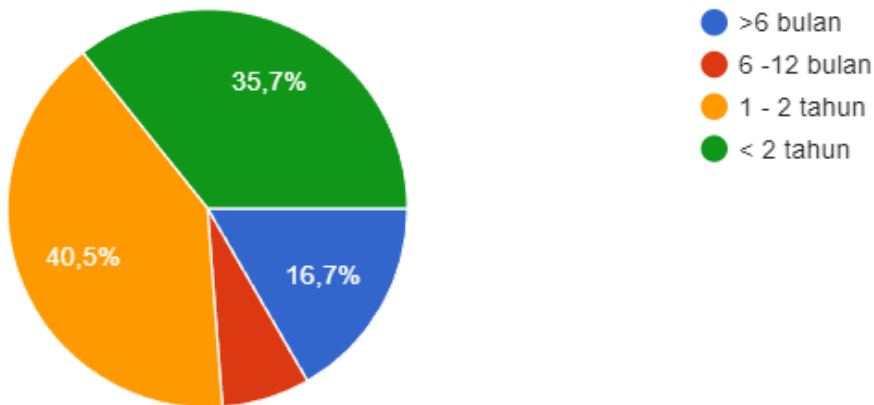
4.1 Perbandingan Pengguna *Shopee* Versi *Android* dan *Website*.



Gambar 2. Perbandingan Pengguna *Shopee* Versi *Android* dan *Website*.

Gambar 2 adalah hasil perbandingan pengguna shopee versi *android* atau *website* dengan menggunakan kuisisioner untuk pembandingnya. Dari data yang di peroleh pengguna shopee pada aplikasi *android* 76,2%, dan 19% untuk pengguna *shopee* yang menggunakan kedua platform website atau melalui *android*, dan sisanya menggunakan *shopee website*.

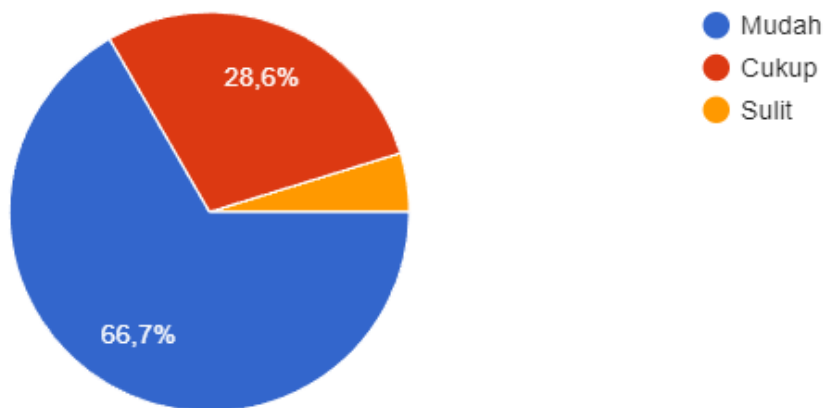
4.2 Durasi Penggunaan Aplikasi *Shopee* Versi *Android* dan *Website*.



Gambar 3. Durasi Penggunaan Aplikasi *Shopee* Versi *Android* dan *Website*

Berdasarkan Gambar 3 kuesioner, durasi penggunaan *Shopee* oleh responden tercatat sebagai berikut: 40,5% dari responden telah menggunakan aplikasi selama 1-2 tahun, 16,7% selama sekitar 6 bulan, dan 35,7% selama sekitar 2 tahun

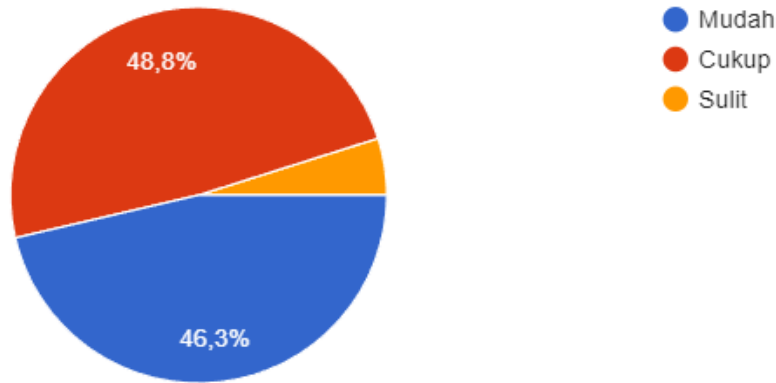
4.3 Kemudahan Penggunaan Aplikasi *Shopee* pada Perangkat *Android*



Gambar 4. Kemudahan Penggunaan Aplikasi *Shopee* melalui *Android*

Pada kusioner kemudahan penggunaan *shopee* android responden terdata memiliki presentasi 28,6% merasa cukup, 66,7% responden merasa mudah, dan sisa nya responden menjawab sulit dalam proses penggunaan *shopee* melalui andoroid.

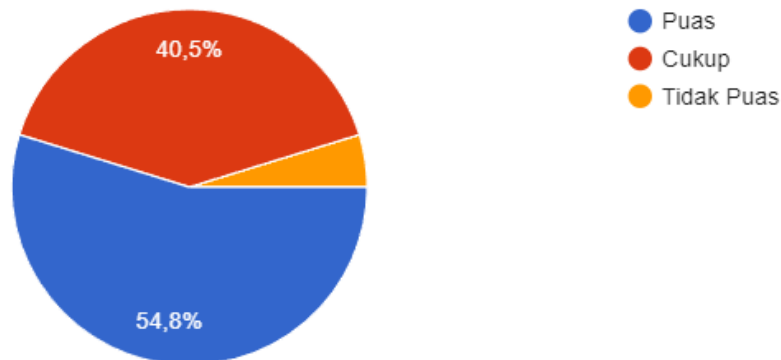
4.4 Kemudahan Penggunaan Aplikasi *Shopee* pada *Website*



Gambar 5. Kemudahan Penggunaan *Shopee* melalui *Website*

Pada kusioner kemudahan Penggunaan *shopee website* responden terdata memiliki presentasi 48,8% merasa cukup, 46,3% responden merasa mudah, dan sisa nya responden menjawab sulit dalam proses penggunaan melalui *website*.

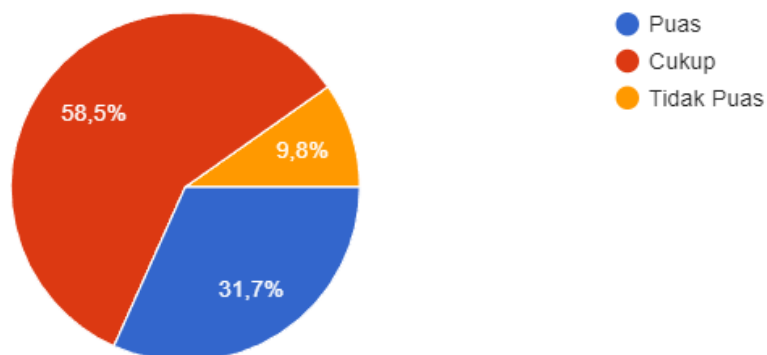
4.5 Kemudahan Proses Pembayaran *Shopee* pada *Android*



Gambar 6. Kemudahan Proses Pembayaran *Shopee* pada *Android*

Pada kusioner kemudahan proses pembayaran *shopee android* responden terdata memiliki presentasi 54,8% merasa puas, 40,5% responden merasa cukup, dan sisa nya responden menjawab tidak puas dalam proses pembayaran melalui *android*.

4.6 Kemudahan Proses Pembayaran *Shopee* pada *Website*



Gambar 7. Kemudahan Proses Pembayaran *Shopee* pada *Website*

Pada kusioner kemudahan proses pembayaran *shopee website* responden terdata memiliki presentasi 58,5% merasa cukup, 9,8% responden merasa tidak puas, dan 31,7% puas dalam proses pembayaran melalui *website*.



5. Simpulan

Penelitian ini adalah studi kualitatif deskriptif menggunakan analisis varians untuk mengevaluasi pengalaman pengguna Shopee melalui kuesioner online. Studi literatur relevan digunakan sebagai landasan teori. Data dikumpulkan dari kuesioner dengan empat variabel UX, diuji validitas dan reliabilitasnya dengan 30 dan 100 responden mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Hasil menunjukkan mayoritas pengguna Shopee menggunakan versi Android (76,2%), dengan durasi utama 1-2 tahun (40,5%). Pengguna merasa aplikasi lebih mudah digunakan di Android (66,7%) dibandingkan website (46,3%). Proses pembayaran lebih memuaskan di Android (54,8%) dibandingkan website (31,7%).

Daftar Referensi

- [1] O. N. Putri, "Budaya Konsumtif Belanja Online Dikalangan Mahasiswa," 2023.
- [2] S. A. C. Lestari, A. N. Izzah, and N. P. Agustin, "ONLINE SHOPPING HABIT SEBAGAI BUDAYA MASYARAKAT MODERN (STUDI KASUS MASYARAKAT ERA DIGITAL)," *Sosial Humaniora*, vol. 6, no. 1, pp. 129–138, Jun. 2023, doi: 10.47647/jsh.v6i1.1434.
- [3] D. Y. P. Widodo and H. Prasetyani, "Penggunaan Shopee sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Daya Jual Produk sebagai Narahubung Sosial Marketing," *Information Technology*, 2022.
- [4] D. J. Priansa and B. Suryawardani, "Effects of E-Marketing and Social Media Marketing on E-commerce Shopping Decisions," *jmi*, vol. 20, no. 1, Apr. 2020, doi: 10.25124/jmi.v20i1.2800.
- [5] N. Amalina and S. H. Helni Mutiarsih Jumhur, "The Influence of User Experience towards User Satisfaction of E-Government Service: a Case Study of GAMPIL Application," *IJSRP*, vol. 8, no. 3, Mar. 2018, doi: 10.29322/IJSRP.8.3.2018.p7538.
- [6] M. L. Khakim and O. O. Sharif, "ANALISIS USER EXPERIENCE APLIKASI GO-JEK MENGGUNAKAN HEART METRICS".
- [7] "More Than Usability: The Four Elements of User Experience, Part I :: UXmatters." Accessed: Jun. 21, 2024. [Online]. Available: <https://www.uxmatters.com/mt/archives/2012/04/more-than-usability-the-four-elements-of-user-experience-part-i.php>
- [8] A. Fauziah, D. W. P. S. Nugroho, and E. S. Wardana, "KEPUASAN PELANGGAN BELANJA ONLINE (Pada Marketplace Tokopedia Situs www.tokopedia.com/klikbarcode)," *SLSI*, vol. 19, no. 2, Jun. 2021, doi: 10.26623/slsi.v19i2.3156.
- [9] A. R. Abdu'a and S. Wasiyanti, "Pengukuran Kualitas E-Commerce Shopee Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Webqual 4.0," *Jurnal Sistem Informasi, Teknik Informatika, Software Engineering, dan Multimedia*, vol. 21, no. 2, pp. 143–148, Sep. 2019, doi: 10.31294/p.v21i2.6357.
- [10] N. Safaat, "Pemrograman aplikasi mobile smartphone dan tablet pc berbasis android," *Bandung: informatika*, 2012, Accessed: Jun. 22, 2024. [Online]. Available: <https://scholar.google.com/scholar?cluster=9504320824725883234&hl=en&oi=scholar>
- [11] R. Abdulloh, *7 in 1 Pemrograman Web untuk Pemula*. Elex Media Komputindo, 2018.
- [12] "Bikin website Itu Mudah : Membuat, Mempromosikan, & Mengembangkan Website Pribadi & Bisnis / Jonathan Sarwono | Perpustakaan Politeknik ATI Makassar." Accessed: Jun. 21, 2024. [Online]. Available: <https://lib.atim.ac.id/opac/detail-opac?id=2431>
- [13] H. Harmayani, D. Marpaung, A. Hamzah, N. Mulyani, and J. Hutahaeen, *E-Commerce: Suatu Pengantar Bisnis Digital*. Yayasan Kita Menulis, 2020. Accessed: Jun. 21, 2024. [Online]. Available:



- <https://scholar.google.com/scholar?cluster=7975416176694679415&hl=en&oi=scholar>
r
- [14] M. A. Firmansyah, *Pengantar E-marketing*. Penerbit Qiara Media, 2020. Accessed: Jun. 21, 2024. [Online]. Available:
<https://scholar.google.com/scholar?cluster=15640134493201234178&hl=en&oi=scholar>
rr