

# Analisis Pengaruh Fitur *User interface* Ramah Pengguna Terhadap Tingkat Loyalitas Pelanggan di Tokopedia

Henri Septanto<sup>1)</sup>, Ari Hidayatullah<sup>2)</sup>, Harya Bima Dirgantara<sup>3)</sup>

<sup>1,2)</sup>Informatika, Universitas Dian Nusantara

Jl. Tanjung Duren Barat 2, No.1, Grogol, Jakarta Barat 11470

<sup>3)</sup>Informatika, Fakultas Ilmu Komputer dan Desain, Universitas Kalbis Jalan Pulomas Selatan Kav. 22, Jakarta 13210

Email: henri.septanto@undira.ac.id

Email: ari.hidayatullah@undira.ac.id

Email: harya.dirgantara@kalbis.ac.id

**Abstract:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh fitur user interface yang ramah pengguna terhadap tingkat loyalitas pelanggan di aplikasi Tokopedia. Dalam era digital yang semakin maju, pengalaman pengguna menjadi faktor krusial dalam mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Tokopedia, sebagai salah satu platform market place terbesar di Indonesia, terus mengembangkan fitur-fitur UI yang memudahkan navigasi, meningkatkan interaksi, dan memperkaya pengalaman berbelanja. Penelitian ini menggunakan metode survei yang melibatkan 50 pengguna aktif Tokopedia untuk mengumpulkan data mengenai persepsi mereka terhadap fitur UI aplikasi tersebut. Analisis data dilakukan dengan teknik pengolahan deskriptif kuantitatif sederhana untuk mengidentifikasi hubungan antara UI yang ramah pengguna dan loyalitas pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat korelasi positif yang signifikan antara fitur UI yang intuitif dan mudah digunakan dengan tingkat loyalitas pelanggan. Pengguna yang merasa nyaman dan puas dengan antarmuka aplikasi cenderung lebih sering melakukan transaksi ulang dan merekomendasikan Tokopedia kepada orang lain. Temuan ini menegaskan pentingnya investasi dalam pengembangan UI yang ramah pengguna sebagai strategi untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan di pasar e-commerce yang kompetitif. Evaluation result based on respondent opinion is average 4.48 from 5 for very like and like to the UI.

**Keywords:** user interface, loyalty, application, market place

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh fitur user interface yang ramah pengguna terhadap tingkat loyalitas pelanggan di aplikasi Tokopedia. Dalam era digital yang semakin maju, pengalaman pengguna menjadi faktor krusial dalam mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Tokopedia, sebagai salah satu platform market place terbesar di Indonesia, terus mengembangkan fitur-fitur UI yang memudahkan navigasi, meningkatkan interaksi, dan memperkaya pengalaman berbelanja. Penelitian ini menggunakan gabungan dari 3 metode yaitu data analysis, user experience dan usability testing yang melibatkan 100 pengguna aktif Tokopedia untuk mengumpulkan data mengenai persepsi mereka terhadap fitur UI aplikasi tersebut. Analisis data dilakukan dengan teknik pengolahan deskriptif kuantitatif sederhana untuk mengidentifikasi hubungan antara UI yang ramah pengguna dan loyalitas pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat korelasi positif yang signifikan antara fitur UI yang intuitif dan mudah digunakan dengan tingkat loyalitas pelanggan. Pengguna yang merasa nyaman dan puas dengan antarmuka aplikasi cenderung lebih sering melakukan transaksi ulang dan merekomendasikan Tokopedia kepada orang lain. Temuan ini menegaskan pentingnya investasi dalam pengembangan UI yang ramah pengguna sebagai strategi untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan di pasar e-commerce yang kompetitif. Hasil pengujian terhadap sistem dari beberapa responden menunjukkan bahwa rata-rata 4.48 dari 5 yang menjawab sangat suka dengan suka untuk tampilan UI dari sistem.

**Kata Kunci:** user interface, loyalitas, aplikasi, market place

## I. PENDAHULUAN

Penggunaan berbagai aplikasi market place, M-Commerce, e-commerce telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari masyarakat modern. Di tengah

pesatnya perkembangan teknologi informasi, pengalaman pengguna yang optimal menjadi kunci untuk mempertahankan pelanggan dan meningkatkan loyalitas. Merebaknya internet

merupakan dampak dari berkembangnya infrastruktur teknologi informasi, perkembangan teknologi informasi tersebut menimbulkan sebuah paradigma baru dalam melakukan proses bisnis yaitu dengan menggunakan internet dan infrastruktur teknologi informasi berbasis *web* yang digunakan untuk transaksi perdagangan [1].

*User interface* dan *user experience* merupakan salah satu faktor penting dalam membangun *website*, mengingat semakin efektif dan efisien suatu desain maka semakin betah pula pengguna untuk berlama-lama di *website* tersebut [2]. Pengalaman pengguna yang menyenangkan dan terpuaskan setelah menggunakan aplikasi *market place*, *M-Commerce*, mau pun berbagai *ecommerce* yang lain dapat mempengaruhi loyalitas pengguna.

Jika seorang pengguna aplikasi *commerce* kecewa dalam menggunakan aplikasi maka dengan mudahnya dia akan beralih ke aplikasi *commerce* yang lain. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh fitur *user interface* yang ramah pengguna terhadap tingkat loyalitas pelanggan di Aplikasi Tokopedia.

Tingkat persaingan di industri *market place* dan *e-commerce* semakin ketat, memaksa platform-platform seperti Tokopedia untuk terus berinovasi dalam menyediakan layanan yang lebih baik bagi pengguna. Salah satu aspek yang paling memengaruhi pengalaman pengguna adalah kualitas antarmuka pengguna (*user interface*) dari aplikasi tersebut. Dengan memahami dampak fitur *user interface* yang ramah pengguna, Tokopedia dapat memperbaiki desain aplikasinya untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

Loyalitas pelanggan memiliki peran yang sangat penting dalam kesuksesan jangka panjang suatu bisnis *market place* dan *e-commerce*. Pelanggan yang loyal cenderung melakukan pembelian secara berkala, memberikan ulasan positif, dan merekomendasikan produk kepada orang lain. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi relevan untuk menjelajahi hubungan antara fitur *user interface* yang ramah pengguna dan tingkat loyalitas pelanggan di Tokopedia.

Penelitian terdahulu telah membahas berbagai aspek yang memengaruhi loyalitas pelanggan di industri *market place* dan *e-commerce*, termasuk kualitas layanan, kepercayaan, dan kepuasan pelanggan.

Namun, penelitian tentang pengaruh fitur *user interface* terhadap loyalitas pelanggan di platform khusus seperti Tokopedia masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat mengisi celah pengetahuan tersebut dan memberikan kontribusi yang berharga bagi perkembangan industri *market place* dan *e-commerce* di Indonesia.

## II. METODE PENELITIAN

### A. E-Market Place

*E-marketplace* adalah pasar di ruang virtual atau pasar elektronik yang tercipta dari pesatnya perkembangan teknologi informasi dan internet yang menggempur industri perdagangan [1]. Sebuah teori lain menyebutkan bahwa *e-marketplace* adalah sebuah sistem informasi antar organisasi dimana pembeli dan penjual di pasar mengkomunikasikan informasi tentang harga, produk dan mampu menyelesaikan transaksi melaluisaluran komunikasi elektronik [3]. Berdasarkan 2 definisi tersebut penulis berpendapat bahwa *e-marketplace* adalah sebuah tempat perdagangan dimana penjual dan pembeli bertemu untuk melakukan transaksi secara otomatis melalui media berbasis *web* secara online.

### B. E-commerce

*E-commerce* adalah penggunaan internet dan komputer dengan browser *web* untuk mengenalkan, menawarkan, membeli dan menjual produk sehingga bisnis dapat dijalankan tanpa harus terbentur pada batas wilayah/negara dengan adanya teknologi digital [4]. Pengertian lain tentang *E-commerce* adalah perdagangan yang transaksinya menggunakan perantara perangkat elektronik yang terhubung satu sama lain dalam ruang virtual [5]. Berdasarkan kedua pengertian tentang *E-commerce* penulis menyimpulkan bahwa *e-commerce* adalah sebuah tempat dimana seorang penjual menawarkan barang dagangannya baik berupa barang dan jasa kepada calon pembeli dalam sebuah tempat berbasis *web*.

### C. M-Commerce

*M-Commerce* sebuah sistem *e-commerce* yang dapat diakses melalui perangkat mobile (*smartphone*) agar dapat digunakan dimana saja dan kapan saja [6]. *M-Commerce* sendiri adalah layanan belanja melalui perangkat

seluler seperti ponsel dan gadget dengan ukuran kecil yang memanfaatkan jaringan nirkabel memungkinkan konsumen melakukan aktivitas belanja di mana pun [7]. Berdasarkan kedua definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa *M-Commerce* adalah perdagangan secara elektronik yang dilakukan dengan memanfaatkan perangkat mobile seperti handphone atau gadget lainnya yang berukuran kecil.

#### D. User interface

*User interface* merupakan serangkaian tampilan grafis yang dapat dimengerti oleh pengguna komputer dan diprogram sedemikian rupa sehingga dapat terbaca oleh sistem operasi komputer [8]. Definisi lain menyebutkan bahwa *user interface* (UI) adalah cara program dan pengguna berinteraksi, UI juga seringkali disebut hubungan manusia dan komputer atau Human Computer Interaction atau tampilan layanan pada saat pelanggan berinteraksi dengan produk atau jasa di sebuah *web* [9]. *User interface* merupakan salah satu faktor terpenting dalam membangun sebuah *website*. Tanpa persiapan dan perancangan yang matang, suatu *website* tertentu tidak bisa berjalan secara maksimal, bahkan bisa mengakibatkan user berpindah ke *website* lain [2].

Berdasarkan beberapa definisi tentang *user interface* tersebut penulis menyimpulkan bahwa *user interface* adalah sebuah tampilan layanan pada aplikasi berbasis *web* dalam bentuk grafis yang digunakan sebagai sarana interaksi antara manusia dengan sistem aplikasi tersebut.

#### E. Metodologi

Penelitian ini menggunakan gabungan dari 3 (tiga) metode yaitu *Data Analysis*, *User Experience* dan *Usability Testing*. Analisis data merupakan salah satu tahapan penting dalam penelitian, karena tahap lanjutan setelah pengumpulan data adalah melakukan analisis data. Teknik analisis data sangat tergantung pada masalah dan desain penelitian yang digunakan [10].

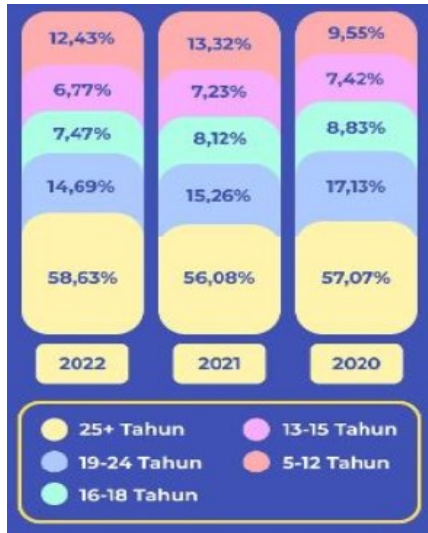
Metode Penelitian ini secara normatif diawali dengan Studi Pustaka, lalu tim peneliti melakukan komparasi hasil penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya. Fitur *user interface* (UI) yang ramah pengguna merupakan elemen penting dalam menjaga

tingkat loyalitas pelanggan di Aplikasi Tokopedia. UI yang ramah pengguna mencakup antarmuka yang mudah dinavigasi, tata letak yang intuitif, dan pengalaman pengguna yang menyenangkan. Dengan adanya fitur UI yang memudahkan pengguna dalam berinteraksi dengan aplikasi, pelanggan cenderung merasa lebih puas dan terdorong untuk menggunakan aplikasi secara konsisten.

Belanja online masih menjadi pilihan masyarakat untuk memenuhi berbagai kebutuhan pascapandemi. Hal ini sejalan dengan sebuah laporan yang menyebutkan bahwa 82% masyarakat Indonesia memilih berbelanja berbagai produk kebutuhan lewat platform *e-commerce* [11]. Tingginya animo masyarakat tersebut juga tercermin dari data tren belanja online di Tokopedia sepanjang kuartal III 2023.

Di Tokopedia selama kuartal III 2023, antara lain Fesyen, Otomotif, Elektronik, Rumah Tangga dan Kebutuhan Sehari-hari atau Groceries (seperti Makanan dan Minuman, Kesehatan serta Perawatan Tubuh)." Tokopedia pun mengungkap tren belanja online sepanjang kuartal III 2023 dibandingkan dengan kuartal II 2023. Di kategori produk Elektronik, beberapa produk terlaris di Tokopedia, antara lain monitor komputer, optical drive dan perangkat membaca buku digital (*e-reader*), dengan rata-rata peningkatan transaksi hampir 2 kali lipat [12].

Banyaknya orang berbelanja secara online mungkin juga berhubungan dengan semakin banyaknya pengguna internet di Indonesia karena menurut survei yang telah dilakukan Diskominfo terdapat klasifikasi pengguna berdasarkan umur sebagai berikut:



Gambar 1. Klasifikasi Pengguna Internet berdasarkan umur dari 2020 – 2022

Kemudahan penggunaan serta fungsi fitur-fitur pada aplikasi *E-marketplace* sangat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, jika pelanggan kecewa dengan penggunaan fitur-fitur pada sebuah aplikasi *e-marketplace* maka mereka kemungkinan besar akan berpindah ke lain hati alias beralih ke *e-marketplace* yang lain.

Untuk mengukur *usability* terdapat 10 penilaian menurut *Heuristics Evaluation* oleh Jakob Nielsen, yaitu: visibilitas, kecocokan antara sistem dengan dunia nyata, control dan kebebasan pengguna, standarisasi dan konsistensi, pemahaman daripada ingatan, fleksibilitas dan efisiensi penggunaan, pencegahan kesalahan, estetika, membantu user untuk memulihkan error, bantuan dan dokumentasi.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya yaitu Rifda Faticha Alfa Aziza dan Yahya Taufiq Hidayat [8], menunjukkan hasil sebagai berikut: Aspek fleksibilitas dan efisiensi penggunaan memiliki nilai *severity rating* paling tinggi yaitu 1,15. Aspek konsistensi dan standar memiliki nilai *severity rating* 0,96. Menurut pengguna, warna pada Tokopedia belum konsisten, hal ini diperjelas dengan nilai *severity rating* pertanyaan mengenai konsistensi warna yang mendapatkan nilai 1,18. Pada aspek bantuan dan dokumentasi terdapat masalah pada letak informasi bantuan yang memiliki *severity rating* bernilai 1,18. Menurut pengguna, lebih baik dokumentasi bantuan pada *website* Tokopedia diletakkan pada halaman yang sama (*pop up dialog box*) sehingga pengguna tidak harus meninggalkan task yang sedang dijalankan dan

bisa membaca dokumentasi sambil melanjutkan task tersebut.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

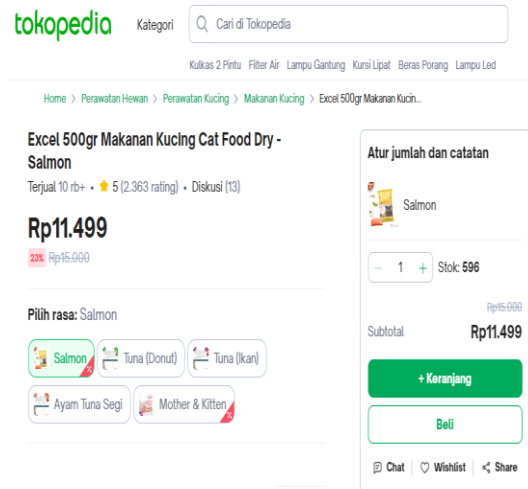
Fitur *user interface* (UI) yang ramah pengguna memainkan peran krusial dalam menciptakan pengalaman belanja online yang memuaskan bagi pelanggan di Aplikasi Tokopedia. Dengan UI yang mudah dinavigasi, pelanggan dapat dengan cepat menemukan produk yang mereka cari, menjelajahi kategori-kategori, dan menyelesaikan proses pembelian dengan lancar. UI yang intuitif juga memastikan bahwa pelanggan tidak mengalami kebingungan atau kesulitan saat menggunakan aplikasi, sehingga mereka merasa lebih nyaman dan terdorong untuk kembali menggunakan Tokopedia untuk berbelanja secara online.

Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa kualitas UI berpengaruh secara langsung terhadap tingkat loyalitas pelanggan. Pelanggan cenderung lebih tertarik dan setia terhadap aplikasi yang menyajikan UI yang ramah pengguna, karena hal ini memudahkan mereka dalam menjalankan aktivitas belanja online mereka. Dengan demikian, investasi dalam pengembangan UI yang lebih baik dapat dianggap sebagai strategi yang efektif dalam mempertahankan pangsa pasar dan meningkatkan pertumbuhan bisnis *e-commerce* seperti Tokopedia.

UI yang menyenangkan juga berperan penting dalam membangun citra positif Tokopedia di mata pelanggan. Pengalaman berbelanja yang menyenangkan dan tanpa hambatan akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat hubungan mereka dengan platform tersebut. Oleh karena itu, upaya untuk terus meningkatkan kualitas UI, baik melalui peningkatan navigasi, desain yang menarik, maupun pengalaman pengguna yang lebih baik, menjadi langkah yang strategis bagi Tokopedia dalam menjaga loyalitas pelanggan dan memenangkan persaingan di pasar *marketing place*.

Data pengguna internet di Indonesia yang terus meningkat menunjukkan potensi yang besar bagi aplikasi *e-commerce* seperti Tokopedia. Semakin banyaknya pengguna internet berarti semakin besar peluang untuk meningkatkan jumlah pelanggan dan memperkuat loyalitas mereka. Hal ini didukung oleh tren belanja online yang terus meningkat, khususnya dalam kategori Elektronik dan

Rumah Tangga di Tokopedia selama kuartal III 2023.



Gambar 2. Contoh tampilan transaksi pembelian Tokopedia

Secara umum tampilan model transaksi yang ada pada aplikasi *web* Tokopedia terlihat sederhana namun menarik dan mendukung sistem transaksi yang memudahkan pengguna aplikasi untuk melakukan transaksi pembelian. Hasil analisis penggunaan aplikasi Tokopedia menggunakan metode analisis kuantitatif deskriptif sederhana dari 100 responden menunjukkan beberapa temuan penting, seperti terlihat pada tabel dibawah ini:

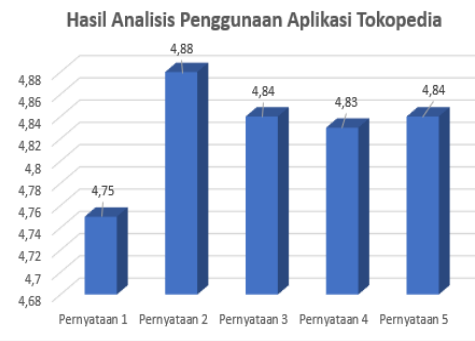
Tabel 1. Hasil Analisis Penggunaan Aplikasi Tokopedia  
Sumber: Hasil Pengolahan Data (2024)

Pernyataan	Nilai Rata <sup>2</sup>
1. Saya menyukai tampilan UI ( <i>User interface</i> ) dan fitur aplikasi Tokopedia	4,75
2. Saya suka melakukan transaksi karena UI dan fitur mudah digunakan	4,88
3. Saya menyukai layanan aplikasi Tokopedia	4,84
4. Saya merasa nyaman dan aman menggunakan aplikasi Tokopedia	4,83
5. Saya ± 2 tahun sebagai pengguna Tokopedia, minimal transaksi 1x per bulan	4,84

Pernyataan nomor 2 mendapatkan nilai tertinggi, hal ini menunjukkan bahwa fitur dan *User interface* mempunyai peranan penting bagi user untuk memilih aplikasi karena kemudahannya dalam melakukan transaksi, namun hal ini juga harus didukung dengan layanan yang memuaskan user seperti yang dapat kita lihat dari hasil penilaian pernyataan

nomor 3 dimana nilai rata-rata adalah 4,84 yang merupakan nilai tertinggi kedua, demikian juga pernyataan nomor 5 tentang kesetiaan pengguna karena kurang lebih sudah 2 tahun menggunakan aplikasi Tokopedia dan minimal setiap bulan pasti melakukan transaksi.

Secara umum memang dapat kita lihat dan kita rasakan sendiri berdasarkan pengalaman pribadi bahwa kemudahan dalam bertransaksi saat melakukan pembelian barang tertentu pada aplikasi *market place* adalah salah satu alasan kita untuk memilih aplikasi *market place* tersebut. Jika kita puas dengan kemudahan dalam melakukan transaksi maka hal tersebut dapat menjadi keputusan kita dalam melakukan transaksi-transaksi berikutnya pada aplikasi *market place* yang sama. Namun sebaliknya jika dalam bertransaksi kita kurang puas atau kecewa maka kita akan memutuskan untuk beralih menggunakan aplikasi *market place* yang lain.



Gambar 3. Grafik Hasil Analisis Penggunaan Aplikasi Tokopedia

Jika dilihat secara lebih detail berdasarkan pernyataan nomor 2 yaitu: “Saya suka melakukan transaksi karena UI dan fitur mudah digunakan” dimana hasilnya adalah 4,88 yang merupakan nilai tertinggi dibandingkan dengan nilai pernyataan lainnya. karena dari 100 orang responden 88 orang memilih jawaban: “Sangat suka” sedangkan yang memilih jawaban “Suka” hanya 12 responden.

Tabel 2 Hasil Pengolahan Data dari Pernyataan Kedua

Saya suka melakukan transaksi karena UI dan fitur-fiturnya mudah digunakan		
Jawaban	Jumlah Responden	Rata-rata
Sangat suka (5)	88	$= \frac{88 \times 5}{100} = 4,40$
Suka (4)	12	$= \frac{12 \times 4}{100} = 0,48$

Cukup suka (3)	0	0
Tidak suka (2)	0	0
Sangat tidak suka (1)	0	0
<b>Total</b>		<b>4,88</b>

Berikutnya nilai rata-rata pernyataan ke 3 (Saya menyukai layanan aplikasi Tokopedia) dan pernyataan ke 5 (Saya setia menggunakan Tokopedia karena lebih baik dibanding yang lain) adalah nilai tertinggi kedua dengan nilai rata-rata 4,84.

#### IV. KESIMPULAN DAN SARAN

##### A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian ini, dapat tim penulis simpulkan bahwa *User interface* yang mudah digunakan atau dapat dikatakan UI yang ramah pengguna memiliki dampak yang signifikan terhadap tingkat loyalitas pelanggan di Aplikasi Tokopedia. Penelitian ini menunjukkan bahwa UI yang mudah dinavigasi, intuitif, dan menyenangkan memainkan peran penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan mempertahankan loyalitas mereka terhadap platform *e-commerce* ini. Hasil analisis juga menunjukkan bahwa pelanggan cenderung lebih setia terhadap aplikasi yang menawarkan pengalaman belanja online yang lancar dan tanpa hambatan.

##### B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan untuk meningkatkan kualitas UI dan memperkuat tingkat loyalitas pelanggan di Aplikasi Tokopedia:

- Terus meningkatkan navigasi dan kemudahan penggunaan UI: Tokopedia dapat terus mengembangkan fitur UI yang memudahkan pelanggan dalam menemukan produk, menjelajahi kategori, dan menyelesaikan proses pembelian dengan cepat dan lancar. Ini termasuk menyederhanakan tata letak, meningkatkan visibilitas tombol dan menu, serta mengoptimalkan pencarian produk.
- Memperhatikan umpan balik pelanggan: Tokopedia harus aktif mendengarkan umpan balik dari pengguna terkait pengalaman mereka menggunakan

aplikasi. Hal ini dapat dilakukan melalui survei, tinjauan pelanggan, atau melalui platform umpan balik dalam aplikasi. Dengan memperhatikan masukan dari pelanggan, Tokopedia dapat terus melakukan perbaikan dan peningkatan pada UI sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pelanggan.

- Inovasi berkelanjutan dalam desain UI: Tokopedia dapat terus melakukan inovasi dalam desain UI untuk menjaga kebaruan dan daya tarik aplikasi. Ini bisa mencakup penggunaan teknologi baru, penambahan fitur-fitur interaktif, atau eksperimen dengan gaya desain yang lebih modern dan menarik bagi pengguna. Edukasi pengguna tentang fitur UI: Tokopedia dapat menyediakan panduan atau tutorial singkat tentang fitur-fitur baru atau perubahan dalam UI kepada pengguna. Hal ini dapat membantu pengguna memahami cara terbaik untuk menggunakan aplikasi dan memaksimalkan manfaat dari fitur-fitur yang disediakan.

Dengan menerapkan saran-saran di atas, diharapkan Tokopedia dapat terus meningkatkan kualitas UI mereka dan memperkuat tingkat loyalitas pelanggan, sehingga tetap menjadi salah satu platform *e-commerce* terkemuka di Indonesia.

#### DAFTAR RUJUKAN

- [1] R. Yustiani *et al.*, "Ilmiah Komputer dan Peran Marketplace Sebagai Alternatif Bisnis di Era Ilmiah Komputer dan," *J. Ilm. Komput. dan Infomatika*, vol. 6, no. 2, 2017.
- [2] A. H. Adinegoro, R. F. A. Aziza, and M. F. Mufhadhal, "Analisis Pengaruh *User interface* Dan User Experience Platform Online Menggunakan Metode Heuristik," *Respati*, vol. 17, no. 2, p. 79, 2022, doi: 10.35842/jtir.v17i2.463.
- [3] R. Marco and B. T. P. Ningrum, "ANALISIS SISTEM INFORMASI *E-MARKETPLACE* PADA USAHA KECIL MENENGAH (UKM) KERAJINAN BAMBUDUSUN BRAJAN," *Data Manaj. Dan Teknol. Inf.*, vol. 18, no. 2, pp. 48–53, 2017.
- [4] S. M. Maulana, H. Susilo, and Riyadi, "Implementasi *E-commerce* Sebagai Media Penjualan Online," *J. Adm. Bisnis*, vol. 29, no. 1, pp. 1–9, 2015.
- [5] Prasetyo Budi Widagdo, "Perkembangan Electronic Commerce (*E-commerce*) di Indonesia," *Researchgate.Net*, no. December, pp. 1–10, 2016.
- [6] S. Alfeno and W. I. Tiana, "Aplikasi Mobile Commerce (*M-Commerce*) Berbasis Android

- Hybrid,” *J. CERITA*, vol. 4, no. 2, pp. 169–179, 2018, doi: 10.33050/cerita.v4i2.640.
- [7] W. Alexander and Aribowo Handy, “Pengaruh Tampilan Antar Muka Terhadap Minat Beli Pelanggan *M-Commerce* (Studi Kasus Pelanggan Go-Food),” *J. Eksek.*, vol. 18, no. 2, p. 87, 2021.
- [8] R. F. A. Aziza, “Analisa Usability Desain *User interface* Pada *Website Tokopedia* Menggunakan Metode Heuristics Evaluation,” *J. Tekno Kompak*, vol. 13, no. 1, p. 7, 2019, doi: 10.33365/jtk.v13i1.265.
- [9] N. R. Wiwesa, “Jurnal Sosial Humaniora Terapan *USER INTERFACE* DAN *USER EXPERIENCE* UNTUK MENGELOLA,” *J. Sos. Hum. Terap.*, vol. 3, no. 2, 2021.
- [10] I. Prasetyo, “Teknik Analisis Data Dalam Research and Development, UNY 2014.,” *UNY Fak. Ilmu Pendidik.*, vol. 6, p. 11, 2014, [Online]. Available: <http://staffnew.uny.ac.id/upload/132310875/pengabdian/teknik-analisis-data-dalam-research-and-development.pdf>
- [11] I. E. Alamsyah and N. Intan, “Survei: 82 persen Konsumen Pilih Belanja Elektronik lewat *E-commerce* daripada Offline,” *Republika*, 2023. <https://ekonomi.republika.co.id/berita/s05vs7349/survei-82-persen-konsumen-pilih-belanja-elektronik-lewat-ecommerce-daripada-offline>
- [12] Tokopedia, “Tokopedia Rekap Tren Belanja Online Kuartal III 2023: Transaksi Groceries Melesat,” 2023. [https://www.tokopedia.com/blog/tokopedia-rekap-tren-belanja-online-kuartal-iii-2023-transaksi-groceries-melesat-rls/?utm\\_source=google&utm\\_medium=organic](https://www.tokopedia.com/blog/tokopedia-rekap-tren-belanja-online-kuartal-iii-2023-transaksi-groceries-melesat-rls/?utm_source=google&utm_medium=organic)