

Rancangan *E-Commerce* Pada Perusahaan Planet Komputer Jambi

Ade Hermawan^{1✉}Ade Agung Kurniawan^{2✉}Hermanto^{3✉}

^{1,2,3} Universitas Muhammadiyah Muara Bungo, Bungo

¹ade.hermawan.pendidik@gmail.com, ²adeagungkurniawan@dosen.ummuba.ac.id, ³hermantoti22@gmail.com

Abstract

Sales and promotions at Planet Computer Jambi have not been effective and efficient because the scope of the sales carried out is still limited and the promotions carried out still require quite large costs. This is what makes the author want to conduct research on Planet Computer Jambi to study the existing sales and promotion system. The research method was carried out using field research, library research and documentation. This research resulted in the design of an E-Commerce application using Macromedia Dreamweaver 8, PHP programming language, jQuery and MySQL database. This research is preliminary research, so further research is still needed so that this research is better than before.

Keywords: sales, promotions, e-commerce, system, application.

Abstrak

Penjualan dan promosi pada Planet Komputer Jambi belum efektif dan efisien karena penjualan yang dilakukan ruang lingkup masih terbatas dan promosi yang dilakukan masih membutuhkan biaya yang cukup besar. Hal ini yang membuat penulis ingin melakukan penelitian pada Planet Komputer Jambi guna mempelajari sistem penjualan dan promosi yang ada. Metode penelitian yang dilakukan dengan menggunakan penelitian lapangan, penelitian perpustakaan dan dokumentasi. Penelitian ini menghasilkan rancangan sebuah aplikasi *E-Commerce* dengan menggunakan Macromedia Dreamweaver 8, bahasa pemrograman PHP, jQuery dan *database* MySQL. Penelitian ini merupakan penelitian permulaan, sehingga masih diperlukan penelitian lebih lanjut agar penelitian ini lebih baik dari sebelumnya.

Kata kunci: penjualan, promosi, e-commerce, sistem, aplikasi.

1. Pendahuluan

Internet merupakan jaringan global yang menyatukan jaringan komputer di seluruh dunia, sehingga memungkinkan terjalannya komunikasi dan interaksi antara satu dengan yang lain diseluruh dunia. Dengan menghubungkan jaringan komputer perusahaan dengan internet, perusahaan dapat menjalin hubungan bisnis dengan rekan bisnis atau konsumen secara lebih efisien. Sampai saat ini internet merupakan infrastruktur yang ideal untuk menjalankan E-Commerce, sehingga istilah E-Commerce pun menjadi identik dengan menjalankan bisnis di internet. Pertukaran informasi dalam E-Commerce dilakukan dalam format digital, sehingga kebutuhan akan pengiriman data dalam bentuk cetak dapat dihilangkan. Dengan menggunakan sistem komputer yang saling terhubung melalui jaringan telekomunikasi, transaksi bisnis dapat dilakukan secara otomatis dan dalam waktu yang singkat. Hal ini mengakibatkan informasi yang dibutuhkan untuk keperluan transaksi bisnis tersedia pada saat diperlukan. Dengan melakukan bisnis secara elektronik, perusahaan dapat menekan biaya yang harus dikeluarkan untuk keperluan pengiriman informasi. Proses transaksi yang berlangsung secara cepat juga mengakibatkan meningkatnya produktifitas perusahaan.

Dengan menggunakan teknologi informasi, E-Commerce dapat dijadikan sebagai solusi untuk membantu perusahaan dalam mengembangkan perusahaan dan menghadapi tekanan bisnis. Tekanan bisnis dalam persaingan yang semakin tinggi mengharuskan perusahaan untuk dapat memberikan respon. Penggunaan E-Commerce dapat meningkatkan efisiensi biaya dan produktifitas perusahaan, sehingga dapat meningkatkan kemampuan perusahaan dalam bersaing.

Planet Komputer adalah suatu perusahaan yang berdiri pada tanggal 18 Juni 2004 bergerak di bidang Penjualan Komputer dan Jasa Service Komputer. Pada saat ini kegiatan penjualan masih terbatas pada penjualan secara tradisional yaitu datang langsung ke Perusahaan tersebut, dan promosi atau penyebaran informasi mengenai Planet Komputer baik itu informasi penerimaan jasa service maupun informasi yang lain dilakukan menggunakan media cetak dan elektronik seperti melalui surat kabar dan radio. Perusahaan Planet Komputer merasakan masih belum efektif dan efisien dalam memberikan pelayanan terhadap calon-calon pembeli, serta merasa Perusahaan belum dapat meningkatkan volume penjualan dengan maksimal yang dianggap berdampak pada keuntungan yang diperoleh belum optimal. Hal ini dikarenakan seperti informasi yang disampaikan, jangkauan Penjualan Komputer dan

Jasa Service yang masih terbatas karena hanya masyarakat sekitar yang mengetahui keberadaan Perusahaan Planet Komputer serta Promosi yang dilakukan membutuhkan biaya yang cukup besar.

E-Commerce dalam hal ini merupakan solusi yang tepat untuk mengatasi masalah Penjualan dan Promosi yang dihadapi Perusahaan Planet Komputer. Karena Para calon pembeli dapat memilih langsung produk yang diinginkan serta dapat mengetahui informasi yang mereka cari dengan mengakses website E-Commerce kapan saja dan dimana saja.

Dari masalah yang penulis temukan di Planet Komputer, penulis tertarik melakukan penelitian yang dituangkan dalam jurnal yang berjudul: "RANCANGAN E-COMMERCE PADA PERUSAHAAN PLANET KOMPUTER JAMBI".

2. Metodologi Penelitian

Metodologi yang digunakan penulis untuk menyelesaikan permasalahan di atas antara lain sebagai berikut:

2.1 Identifikasi Masalah

Dalam tahap ini, mengidentifikasi masalah dimaksudkan agar dapat memahami masalah yang diteliti, sehingga dalam tahap analisis dan perancangan tidak keluar dari masalah yang diteliti. Pada tahap identifikasi masalah, hal pertama yang dilakukan yaitu merumuskan masalah yang akan diteliti. Tahap ini merupakan tahap yang paling penting dalam penelitian, karena alur penelitian akan di atur jalannya oleh perumusan masalah yang jelas dan terarah, sehingga peneliti tidak kehilangan arah dalam melakukan penelitian.

2.2 Pengumpulan Data

Sebagai bahan pendukung yang sangat berguna bagi penulis untuk mencari atau mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka tehnik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Pada penelitian ini, penulis mendapatkan informasi yang akan diteliti dari bagian Penjualan yang mengelola Planet Komputer Jambi. Pengumpulan data dengan metode ini dapat dilakukan dengan 3 (dua) metode, yaitu :

a. Pengamatan (*Observation*)

Observasi adalah cara pengumpulan data dengan cara pengamatan terhadap keadaan, serta dengan survey mengunjungi Objek penelitian, untuk memperoleh gambaran umum tentang situasi dan kondisi Planet

Komputer Jambi guna memperoleh data-data yang menjadi pendukung dalam penelitian ini yaitu tentang situasi dan kondisi perusahaan yang diteliti.

a. Wawancara (*Interview*)

Dalam metode ini peneliti melakukan wawancara (*Interview*) secara langsung dengan pihak-pihak yang terkait. Dalam hal ini pada bagian Penjualan dari Planet Komputer Jambi, untuk memperoleh data yang akurat serta relevan agar dapat menghasilkan suatu rancangan sistem.

b. Dokumentasi/Arsip

Metode dokumentasi digunakan untuk mendapatkan data-data sekunder yang dibutuhkan terkait dalam pengumpulan data yang tidak didapat dengan metode observasi atau wawancara.

2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Metode ini dilakukan dengan cara mempelajari buku-buku panduan yang memuat teori dan konsep mengenai permasalahan yang akan dibahas. Buku-buku panduan ini digunakan sebagai penunjang atau referensi untuk membantu penulis dalam melakukan penelitian, memperkuat isi dari penelitian ilmiah ini serta ditujukan untuk mengumpulkan semua data yang sangat dibutuhkan dalam penelitian.

Pada tahapan ini peneliti juga mempelajari buku-buku referensi dan hasil penelitian sejenis yang terkait. Tujuannya ialah untuk memahami persoalan yang diteliti dengan benar, sesuai dengan kerangka berpikir ilmiah serta agar tidak terjadi duplikasi penelitian atau karya di masa lalu yang sudah pernah dilakukan oleh orang lain. Perlu diketahui juga bahwa penelitian masa lalu dapat menjadi bahan atau paling tidak dapat memberikan gagasan atau inspirasi terhadap penelitian yang akan dilakukan saat ini, khususnya penemuan-penemuan sebelumnya dapat memberikan arahan kepada penulis dalam melakukan penelitian saat ini. Sering kali dalam penelitian di masa lalu menyarankan untuk dilakukan penelitian lebih lanjut atau mendalam mengenai topik yang sudah diteliti.

2.3 Analisa Data

Berbagai data yang dikumpulkan lalu dilakukan analisa untuk mendukung jalannya proses penelitian ini. Adapun jenis data yang dikumpulkan yaitu data yang antara lain dinyatakan dalam bentuk kalimat dan gambar. Contoh data yang dianalisa penulis adalah sekilas tentang Planet Komputer Jambi dan data-data yang berkaitan dengan penjualan komputer dan jasa perusahaan serta bagaimana promosi yang dilakukan pada saat ini, data-data tersebut akan menjadi landasan dalam perancangan sistem.

Sumber data yang diperlukan berasal dari Penjualan Planet Komputer Jambi. yakni berupa data primer yang diperoleh secara langsung dari sumber yang relevan tidak melalui perantara, yaitu dengan cara melakukan

wawancara langsung terhadap Bagian Penjualan pada Planet Komputer Jambi.

2.4 Pengembangan Perangkat Lunak

Pengembangan perangkat lunak dapat berarti mengembangkan suatu sistem dengan perangkat lunak yang baru untuk menggantikan sistem yang lama secara keseluruhan atau memperbaiki sistem yang telah ada. Adapun pengembangan perangkat lunak yang dilakukan mempunyai tahapan-tahapan antara lain sebagai berikut :

1. Analisis Sistem

a. Adapun kegiatan yang penulis lakukan dalam analisis sistem yang berjalan dengan cara pengamatan (*observation*) adalah sebagai berikut :

- Mengamati aktivitas yang dilakukan oleh bagian Penjualan Perusahaan Planet Komputer dalam melakukan kegiatan penjualan.
- Mengamati transaksi Penjualan yang terjadi pada Perusahaan Planet Komputer.
- Mengamati kendala-kendala yang dihadapi oleh Planet Komputer.

b. Adapun kegiatan yang penulis lakukan dalam analisis sistem berjalan dan analisis kebutuhan yaitu dengan melakukan wawancara (*interview*) terhadap bagian Penjualan untuk mendapatkan informasi secara lisan dan data dengan tujuan memperoleh keterangan-keterangan yang akurat, dapat dipercaya, dan bertanggung jawab terhadap kebenaran fakta mengenai hal-hal yang berkaitan dengan masalah yang diangkat dan dengan melakukan dokumentasi.

2. Desain Sistem

Pada tahap perancangan, semua konsepnya mengacu pada rumusan masalah dan identifikasi masalah. Dalam hal ini perancangan sistem dapat dibagi menjadi yaitu :

1. Perancangan Basis Data

Dalam pembangunan sebuah perangkat lunak, penggunaan basis data merupakan bagian terpenting. Basis data merupakan kumpulan dari file-file data yang mempunyai hubungan antara satu file data dengan file data lainnya. Perancangan Basis Data yang penulis gunakan yaitu menggunakan MySQL.

2. Perancangan Tampilan Antar-muka

Untuk melakukan penjualan komputer dan produk pengadaan lainnya atau melihat informasi mengenai Perusahaan, maka perlu dibuat sebuah tampilan antar-muka atau *user-interface*. Tampilan antar-muka merupakan tampilan pada layar komputer yang dibuat untuk memudahkan user untuk berinteraksi dengan sistem komputer sehingga user memahami apa yang harus dilakukan.

Tampilan antar-muka dalam perangkat lunak ini menggunakan Macromedia Dreamweaver 8 dan dibuat dalam dua bentuk, yaitu :

a. Tampilan antar-muka administrator (*Back end*)

Antar-muka ini digunakan oleh *administrator* untuk mengorganisir semua file data yang ada dalam sistem perangkat lunak. Dengan adanya antar-muka ini maka *administrator* dapat melakukan proses pemasukkan data atau informasi, perbaikan maupun penghapusan data. Adapun perancangan tampilan dari antar-muka *administrator* ini adalah *login administrator, menu administrator*.

b. Tampilan antar-muka pengunjung (*Front end*)

Antar-muka ini adalah tampilan yang menampilkan informasi-informasi yang telah dimasukkan oleh *administrator* sehingga dapat mengetahui informasi mengenai penjualan produk komputer dan jasa *service* Planet Komputer Jambi.

3. Perancangan Struktur program

Struktur Program merupakan penggambaran hubungan antara main program (menu utama) dengan modul/modul (sub program) yang ada

4. Algoritma

Pada Perancangan ini mengenai urutan langkah-langkah yang secara logis untuk menyelesaikan permasalahan-permasalahan yang ada. Untuk menggambarkan logika dalam algoritma menggunakan Program *Flowchart*.

3. Implementasi Sistem

Tahap ini merupakan proses pembuatan kode-kode atau menerjemahkan desain kedalam bahasa mesin atau bahasa pemograman dari sebuah program. Adapun untuk melihat kelemahan dari coding yang telah dibuat maka dilakukan pengujian. Pengujian yang baik dilakukan tidak harus pada saat *software* selesai, karena semakin sering pengujian dilakukan semakin bagus program yang dihasilkan.

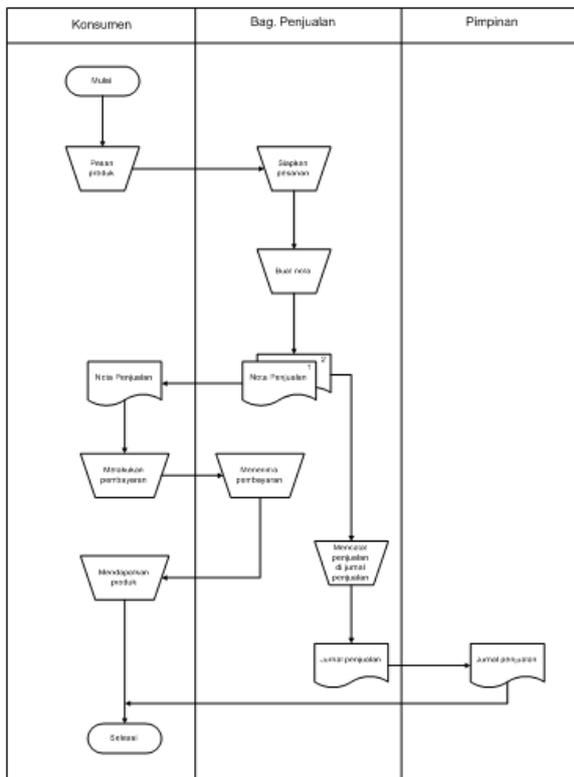
4. Operasi dan Pemeliharaan

Ini merupakan tahap terakhir yaitu tahap pemeliharaan atau perawatan dimana kita melakukan pengoperasian sistem dan jika diperlukan, maka dilakukan perbaikan-perbaikan kecil. Pada tahap pemeliharaan ini adapun contoh perbaikan perawatan pada perangkat lunak yaitu bertambahnya kebutuhan peninputan data pada aplikasi tersebut dalam melakukan pengolahan data, maka dilakukan pengembangan pada aplikasi sesuai dengan yang akan dilakukan.

Dari ke empat tahapan yang ada, penulis mengembangkan perangkat lunak hanya sampai pada tahapan implementasi sistem, untuk tahapan operasional dan pemeliharaan dilakukan di luar kegiatan penelitian.

3 Hasil dan Pembahasan

Pada saat ini kegiatan penjualan masih terbatas pada penjualan secara tradisional yaitu datang langsung ke Perusahaan tersebut, dan promosi atau penyebaran informasi mengenai Planet Komputer baik itu informasi penerimaan jasa *service* maupun informasi yang lain dilakukan menggunakan media cetak dan elektronik seperti melalui surat kabar dan radio. Perusahaan Planet Komputer merasakan masih belum efektif dan efisien dalam memberikan pelayanan terhadap calon-calon pembeli, serta merasa Perusahaan belum dapat meningkatkan volume penjualan dengan maksimal yang dianggap berdampak pada keuntungan yang diperoleh belum optimal. Hal ini dikarenakan seperti informasi yang disampaikan, jangkauan Penjualan Komputer dan Jasa *Service* yang masih terbatas karena hanya masyarakat sekitar yang mengetahui keberadaan Perusahaan Planet Komputer serta Promosi yang dilakukan membutuhkan biaya yang cukup besar.



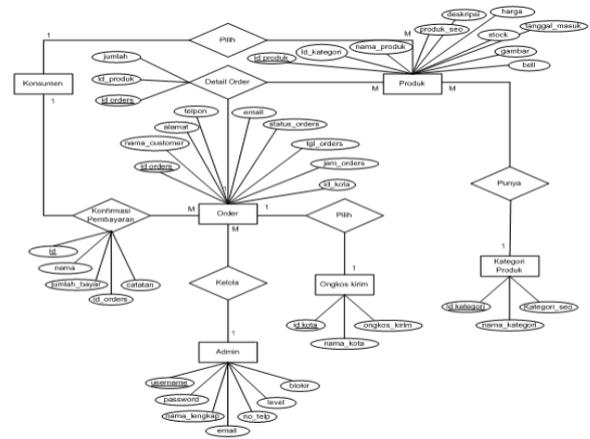
Gambar 1 Bagan alir dokumen sistem yang sedang berjalan

3.1 Solusi Pemecahan Masalah

Dari permasalahan sistem yang telah dijabarkan diatas, maka solusi yang tepat untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah penulis merancang sebuah Aplikasi berupa Aplikasi E-Commerce yang dimaksudkan untuk membuat proses penjualan dan Promosi lebih mudah dan efisien dalam berbagai hal. Karena dengan sistem yang berjalan saat ini dianggap perlu adanya perbaikan-perbaikan, hal ini dikarenakan perkembangan teknologi yang dapat mendukung berjalannya sistem dengan lebih baik.

Perkembangan teknologi yang dimaksud adalah penggunaan internet di kalangan masyarakat semakin menjadi kebutuhan. Hal ini bisa di manfaatkan sebagai sarana penjualan dan kegiatan-kegiatan promosi sebagai mana yang sedang dirancang oleh penulis.

3.2 Desain Basis Data



Gambar 2 ERD E-Commerce

Keterangan ERD :

1.Data Order

Nama data : Order

Deskripsi : Kumpulan data yang berisikan pesan dan order.

Media : Pengarsipan dalam folder.

Kaitan dengan Data Masukan : Dibuat berdasarkan hasil pilihan produk dari konsumen.

Kaitan dengan Data Keluaran : Digunakan sebagai dasar konsumen untuk melakukan konfirmasi pembayaran.

2.Data Order detail

Nama data : Order detail

Deskripsi : Kumpulan data yang berisikan jumlah produk yang di pesan.

Media : Pengarsipan dalam folder.

Kaitan dengan Data Masukan : Dibuat berdasarkan hasil banyaknya order dari konsumen.

Kaitan dengan Data Keluaran : Digunakan sebagai dasar konsumen untuk mengetahui total pembayaran.

3. Data Produk

Nama data : Produk
 Deskripsi : Kumpulan data yang berisikan produk yang akan di jual.
 Media : Pengarsipan dalam folder.
 Kaitan dengan Data Masukan : Dibuat berdasarkan kategori produk.
 Kaitan dengan Data Keluaran : Digunakan sebagai dasar konsumen untuk melakukan order.

4.Data Konfirmasi pembayaran

Nama data : Konfirmasi pembayaran
 Deskripsi : Kumpulan data yang berisikan konfirmasi pembayaran dari konsumen.
 Media : Pengarsipan dalam folder.
 Kaitan dengan Data Masukan : Dibuat berdasarkan Order.

Kaitan dengan Data Keluaran : Digunakan sebagai dasar pengiriman barang.

5.Data Kategori Produk

Nama data : Kategori Produk
 Deskripsi : Kumpulan data yang berisikan jenis-jenis produk.
 Media : Pengarsipan dalam folder.
 Kaitan dengan Data Masukan : Dibuat berdasarkan jenis produk.

Kaitan dengan Data Keluaran : Digunakan sebagai dasar untuk memilih produk.

6. Data Ongkos Kirim

Nama data : Ongkos kirim
 Deskripsi : Kumpulan data yang berisikan ongkos pengiriman barang.
 Media : Pengarsipan dalam folder.

Kaitan dengan Data Masukan : Dibuat berdasarkan kota tujuan.

Kaitan dengan Data Keluaran : Digunakan sebagai dasar untuk mengetahui grand total pembayaran.

7.Data Admin

Nama data : User administrator
 Deskripsi : Kumpulan data yang berisikan User Admin.

Media : Pengarsipan dalam folder.

Kaitan dengan Data Masukan : Dibuat berdasarkan Username dan password.

Kaitan dengan Data Keluaran : Digunakan sebagai dasar untuk melakukan login.

3.3 Implementasi Sistem

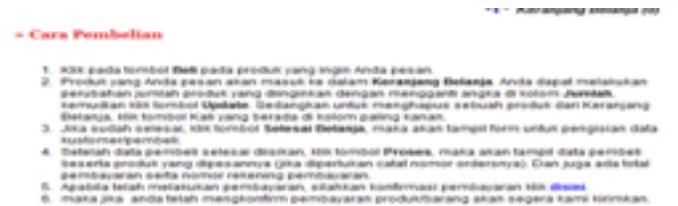
Implementasi dalam bab ini merupakan proses pembuatan kode-kode atau menerjemahkan desain ke dalam bahasa pemrograman.



Gambar 3 Tampilan Halaman Laporan Detail Order



Gambar 4 Tampilan Halaman Laporan Produk



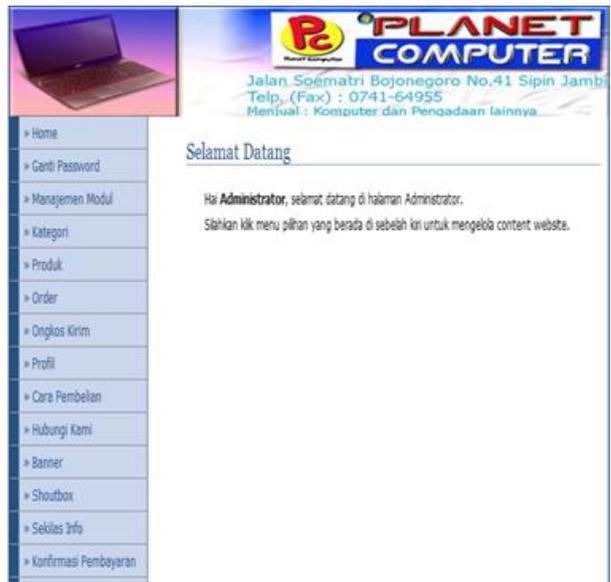
Gambar 5 Tampilan Cara Pembelian



Gambar 6 Tampilan Produk



Gambar 7 Tampilan Utama



Gambar 9 Tampilan Admin



Gambar 10 Tampilan Halaman Keranjang Belanja



Gambar 8 Tampilan Halaman Order

4 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan telah diuraikan sebelumnya, maka penulis mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Perangkat lunak yang diusulkan pada penelitian ini yaitu penjualan berbasis web yang dirancang dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP, jQuery dan MySQL.
2. Dengan dikembangkan perangkat lunak yang baru dengan sistem berbasis web, diharapkan dapat menunjang perkembangan Planet Komputer Jambi yang pada akhirnya dapat memberi kepuasan kepada pelanggan dan memaksimalkan penjualan Planet Komputer.
3. Selain itu, pemanfaatan perkembangan zaman yang berdampak pada perkembangan teknologi pada saat ini dapat dimanfaatkan sebagai sarana efisiensi dalam berbagai bidang diantaranya, waktu, tenaga, dan biaya. Hal ini diwujudkan dengan pemanfaatan sarana internet dengan berbagai macam kebutuhan, yang antara lain adalah sebagai sarana promosi dan memperoleh informasi serta mempermudah akses kapan saja dan dimana saja.

Daftar Rujukan

- [1] Agus, Saputra. 2013. Membangun Aplikasi Toko Online dengan PHP dan SQL Server. Edisi Revisi. Jakarta : Elex Media Komputindo.
- [2] Sidharta, I., & Suzanto, B. (2015). Pengaruh Kepuasan Transaksi Online Shopping dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Sikap Serta Perilaku Konsumen pada E-Commerce. *Jurnal Computech & Bisnis*, 23-26.
- [3] Okamoto, T., Yatsushashi, J., & Mizutani, N. (2014). Priorities of Smartphone Online Shopping Applications for Young People. Mapping ICT into Transformation for the Next Information Society. Kyoto: 14th International Telecommunications Society (ITS) Asia-Pacific Regional Conference.
- [4] Nabot, A. (2014). Consumer Attitudes Toward Online Shopping: An Exploratory Study From Jordan. *International Journal of Social Ecology and Sustainable Development*, 5(12).
- [5] Jun, G., & Jaafar, N. I. (2011). A Study on Consumers' Attitude towards Online Shopping in China. *International Journal of Business and Social Science*,
- [6] Assegaff, S. (2015). Pengaruh Trust (Kepercayaan) dan Online Shopping Experiences (Pengalaman Berbelanja Online) Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Berbelanja Online: Perspektif Konsumen di Indonesia. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 13(3), 463-473.
- [7] Al-Debei, M. M., Akroush, M. N., & Ashouri, M. I. (2015). Consumer Attitudes Towards Online Shopping: The Effect of Trust, Perceived Benefits, and Perceived Web Quality. *Internet Research*, 25(5), 707-733.
- [8] Marjan Muhammad, muhd Rosydi Muhammad, Khalil Muhammad Khalil. "Towards Sharia Compliant E-Commerce Transaction: A Review of Amazon.com." *Middle-East Journal of Scientific Research* 15(9) (2013).
- [9] Marjan Muhammad, Mohd Rusydi Muhammad, Mohd Adam Suhaimi, Husnayati Hussin, Mohamed Jalaldeen Mohamed Razi, Kalthom Abdullah. "Building Trust In E-Commerce from an islamic perspective: A Literature Review." *American Academic & Scholarly Research Journal* 5(5) (2013).
- [10] Muhd Rosydi Muhammad, Marjan Muhammad. "Build Trust in E-Commerce: A Proposed Shariah Compliant Model." *Journal of internet Banking an Commerce* 18(3) (2013).
- [11] Kusuma, Ardianto. "Analisis Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Website Tokopedia." *Jurnal Ekonomi FE UII*, 2016: 1-132.
- [12] Diniarti Novi Wulandari, Budi Santoso, Handry Sudhiarta Athar. "Etika Bisnis E- Commerce Berdasarkan Mqashid Syariah pada Marketplace Bukalapak.com." *Jurnal MM UNRAM* 6(1) (2017).
- [13] B., Ravi. "Ecommerce: Problem and Prospects." *International Research Journal of Commerce Arts and Science* 8(6) (2017).
- [14] Achmad Jamaludin, Zainul Arifin, Kadarisman Hidayat. "Pengaruh Promosi Online dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Administrasi Bisnis* 21(1) (2015).
- [15] Andy Putra Mahkota, Imam Suryadi, Riyadi. "Pengaruh Kepercayaan dan Kenyamanan terhadap Keputusan Pembelian Online." *Jurnal Administrasi Bisnis* 8(2) (2014).
- [16] Radovilsky, Z. (2015). *Business Models for E-Commerce*. California State University, East Bay : Cognella Academic Publishing & Business Expert Press.
- [17] Remenyi, Arthur Money & Alan Twite (1995). *Effective Measurement and Management of IT Costs and Benefits*. Linacre House, Jordan Hill, Oxford: Butterworth-Heinemann Ltd.
- [18] Kuzic, J., Fisher, J., & Scollary, A. (2002). Electronic commerce benefits, challenges and success factors in the Australian banking and finance industry. ECIS. 6-8 Juni 2002. Gdańsk, Poland. 1607-1616.

- [19] Wijaya Wong, Beny, Limberdy O.S dan Henky Honggo (2015). Analisis Dan Perancangan E-Commerce Handphone Dan Komputer Berbasis Website. STMIK GI MDP
- [20] Irawan, Heri dan Rizalul Akram (2017). Penerapan E-Commerce Berbasis Website Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar Penjualan Kripik UD Aduhai Gampong Karangnyar Kecamatan Langsa Baro Kota Langsa. Seminar Nasional Teknik Industri [SNTI2017]. 13-14 Agustus 2017. Lhokseumawe, Aceh, Indonesia. 148-153..
- [21] Indrajit, Richardus Eko (1999). Kerangka Value Chain Michael Porter dan Teknologi Informasi. Jurnal Renaissance Research Center.
- [22] Kiranta P F. dan Luh Gede Meydianawati (2014). Analisis Tingkat Daya Saing Ekspor Biji Kakao Indonesia Tahun 2007-2012. E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana. 3(11), 502-512.
- [23] Anderson, R. E., & Srinivasan, S. S. (2003). E-Satisfaction and E-Loyalty: A Contingency Framework. *Psychology and Marketing*, 20(2), 123–138. <https://doi.org/10.1002/mar.10063>
- [24] Ahmad, A., Rahman, O., & Khan, M. N. (2017). Exploring the role of website quality and hedonism in the formation of e-satisfaction and e-loyalty: Evidence from internet users in India. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 11(3), 246–267. <https://doi.org/10.1108/JRIM-04-2017-0022>
- [25] Asgari, N., Ahmadi, M. H., Shamlou, M., Rashid Farokhi, A., & Farzin, M. (2014). Studying the Impact of E-Service Quality on E-Loyalty of Customers in the Area of E-Banking Services. *Journal of Management and Sustainability*, 4(2). <https://doi.org/10.5539/jms.v4n2p126>
- [26] Chinomona, R., Masinge, G., & Sandada, M. (2014). The influence of E-service quality on customer perceived value, customer satisfaction and loyalty in South Africa. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(9), 331–341. <https://doi.org/10.5901/mjss.2014.v5n9p331>
- [27] Cronin, J. J., Brady, M. K., & Hult, G. T. M. (2000). Assessing the effects of quality, value, and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments. *Journal of Retailing*, 76(2), 193–218. [https://doi.org/10.1016/S0022-4359\(00\)00028-2](https://doi.org/10.1016/S0022-4359(00)00028-2)
- [28] Elkhani, N., Soltani, S., & Jamshidi, M. H. M. (2014). Examining a hybrid model for e-satisfaction and e-loyalty to e-ticketing on airline websites. *Journal of Air Transport Management*, 37, 36–44. <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2014.01.006>
- [29] Fornell, C. (1992). A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience. *Journal of Marketing*, 56(1), 6–21. <https://doi.org/10.1177/002224299205600103>
- [30] Gounaris, S., Dimitriadis, S., & Stathakopoulos, V. (2010). An examination of the effects of service quality and satisfaction on customers' behavioral intentions in e-shopping. *Journal of Services Marketing*, 24(2), 142–156. <https://doi.org/10.1108/08876041011031118>
- [31] Ha, H. Y., Janda, S., & Muthaly, S. K. (2010). A new understanding of satisfaction model in e-repurchase situation. *European Journal of Marketing*, 44(7), 997–1016. <https://doi.org/10.1108/03090561011047490>
- [32] Hanafi, N. S., & Sammad, A. (2017). Evaluation of e-Service Quality, Perceived Value on Customer Satisfaction and Customer Loyalty: A Study in Indonesia. *International Business Management*, 11(11), 1892–1900. <https://doi.org/https://doi.org/10.3923/ibm.2017.1892.1900>
- [33] Hellier, P. K., Geursen, G. M., Carr, R. A., & Rickard, J. A. (2003). Customer repurchase intention. In *European Journal of Marketing* (Vol. 37, Issue 11/12). <https://doi.org/10.1108/03090560310495456>
- [34] Holloway, B. B., & Beatty, S. E. (2003). Service Failure in Online Retailing: A Recovery Opportunity. *Journal of Service Research*, 6(1), 92–105. <https://doi.org/10.1177/1094670503254288>
- [35] Hongdiyanto, C., Padmalia, M., Gosal, G. G., & Wahanadie, D. V. (2020). The Influence of E-Service Quality and E-Recovery Towards Repurchase Intention on Online Shop in Surabaya: the Mediating Role of Customer Loyalty [Pengaruh Kualitas E-Service Dan E-Recovery Terhadap Niat Pembelian Ulang Di Toko Online Di Surabaya: Peran L. DeReMa (Development Research of Management): *Jurnal Manajemen*, 15(2), 209. <https://doi.org/10.19166/derema.v15i2.2440>
- [36] Hur, Y., Ko, Y. J., & Valacich, J. (2011). A Structural model of the relationships between sport website quality, e-satisfaction, and e-loyalty. *Journal of Sport Management*, 25(5), 458–473. <https://doi.org/10.1123/jsm.25.5.458>
- [37] Irwansyah, A., & Mappadeceng, R. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction Pada Toko on Line Buka Lapak. *J-MAS (Jurnal*

- Manajemen Dan Sains), 3(2), 128.
<https://doi.org/10.33087/jmas.v3i2.50>
- [38] Jones, T., & Taylor, S. F. (2007). The conceptual domain of service loyalty: How many dimensions? *Journal of Services Marketing*, 21(1), 36–51.
<https://doi.org/10.1108/08876040710726284>
- [39] Khan, M. A., Zubair, S. S., & Malik, M. (2019). An assessment of e-service quality, e-satisfaction and e-loyalty: Case of online shopping in Pakistan. *South Asian Journal of Business Studies*, 8(3), 283–302.
<https://doi.org/10.1108/SAJBS-01-2019-0016>
- [40] Kim, J., Jin, B., & Swinney, J. L. (2009). The role of etail quality, e-satisfaction and e-trust in online loyalty development process. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 16(4), 239–247.
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2008.11.019>
- [41] Kim, W. G., & Moon, Y. J. (2009). Customers' cognitive, emotional, and actionable response to the servicescape: A test of the moderating effect of the restaurant type. *International Journal of Hospitality Management*, 28(1), 144–156.
<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2008.06.010>
- [42] Kotler, P., & Keller, K. lane. (2016). *Marketing Management*. In *Marketing Management Ed 15 Global Edition*.
<https://doi.org/10.4324/9780203357262>
- [43] Lacey, R., Suh, J., & Morgan, R. M. (2007). Differential effects of preferential treatment levels on relational outcomes. *Journal of Service Research*, 9(3), 241–256.
<https://doi.org/10.1177/1094670506295850>
- [44] Lawton, L. J., Weaver, D., & Faulkner, B. (1998). Customer Satisfaction in the Australian Timeshare Industry. *Journal of Travel Research*, 37(1), 30–38.
<https://doi.org/10.1177/004728759803700104>