

User name:
School Administrator

Check ID:
46731024

Check date:
07.06.2021 20:50:12 WIB

Check type:
Doc vs Internet + Library

Report date:
07.06.2021 21:17:58 WIB

User ID:
102014

File name: **UserInterface_Shopee**

Page count: **15** Word count: **4278** Character count: **31127** File size: **134.58 KB** File ID: **57347831**

29.4% Matches

Highest match: **1.31%** with Internet source (https://jurnalunibi.unibi.ac.id/ojs/index.php/in_search/issue/download/6/In%20Searc

29.4% Internet sources	999	 Page 17
------------------------	-----	---------------

0.35% Library sources	1	 Page 30
-----------------------	---	---------------

0% Quotes

Exclusion of quotes is off

Exclusion of references is off

0% Exclusions

No exclusions

**PENGARUH USER INTERFACE APLIKASI SHOPEE
TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT**

Shafa Giyan A'yuni

01716146259

shafagiyan.mik17@mail.mmtc.ac.id

Abstract

The advancement of technology has emergence a lot of e-commerce. However, there are still many e-commerce applications that are difficult to use, especially in the User Interface aspect that has an impact on buying interest. This study aims to examine the effect of User Interface, especially Shopee application on buying interest. This study used a quantitative approach. The population in this study is an unknown number of people, either who already have or have not a Shopee account. The sampling technique in this study used purposive sampling with the Cochran formula, so the amount of the samples was 100 people. The data analysis method in this study used the classical assumption test, simple linear regression analysis, t test, and the coefficient of determination. The result showed that the User Interface of Shopee application had a significant influence on buying interest by 41,6% and the remaining 58,4% was influenced by other factors that were not examined in this study.

Keywords: E-commerce, User interface, buying interest, Shopee

Abstrak

Kemajuan dari teknologi telah menghadirkan banyak e-commerce. Namun, masih banyak aplikasi e-commerce yang sulit untuk digunakan, terutama pada aspek User Interface dimana hal tersebut berdampak pada minat beli masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh User Interface, khususnya pada aplikasi Shopee terhadap minat beli masyarakat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang tidak diketahui jumlahnya, baik yang telah memiliki atau tidak memiliki akun Shopee. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling dengan rumus Cochran, sehingga jumlah sampel penelitian diperoleh sebanyak 100 orang. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik, analisis regresi linier sederhana, uji t, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa User Interface aplikasi Shopee memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli masyarakat sebesar 41,6% dan sisanya sebesar 58,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: E-commerce, User Interface, minat beli, Shopee

PENDAHULUAN

Pada era sekarang ini, teknologi berkembang dengan pesat. Dengan adanya perkembangan tersebut, inovasi banyak diciptakan dan menjadi faktor yang memiliki peran besar dalam perubahan di lingkungan masyarakat. Teknologi yang kian hari semakin berkembang memberikan kenyamanan serta kemudahan bagi masyarakat untuk melaksanakan segala aktivitas. Salah satu hasil dari perkembangan teknologi adalah *e-commerce*.

Di Indonesia, popularitas *e-commerce* dapat dikatakan tinggi. Dikutip dari iPrice (2020), Indonesia memiliki total unduhan aplikasi belanja paling banyak daripada negara lainnya di Asia Tenggara. Total unduhan aplikasi belanja di Indonesia mencapai 40,7 juta unduhan yang kemudian disusul oleh Thailand dan Vietnam dengan total unduhan masing-masing sebanyak 18,8 juta dan 14,1 juta. Selain itu, data dari Statista (2020) menunjukkan bahwa pengguna *e-commerce* di Indonesia pada tahun 2020 mencapai 129,9 juta pengguna. Jumlah pengguna tersebut diprediksi akan terus mengalami peningkatan hingga tahun 2024.

Data dari *We Are Social* (2020:65) juga menunjukkan bahwa aktivitas *e-commerce* masyarakat Indonesia dengan jumlah penduduk sebanyak 272,1 juta

orang pernah melakukan pencarian produk atau jasa di internet dengan persentase sebesar 93% dan juga pernah mengunjungi toko *online* dengan persentase sebesar 90%. Keputusan untuk melakukan pembelian secara *online* juga cukup tinggi, yakni mencapai 88%.

Di Indonesia, *e-commerce* paling populer adalah Shopee. Shopee merupakan situs *e-commerce* yang berdiri pada tahun 2015 dibawah naungan SEA Group dan pertama kali diluncurkan di Singapura. Kini, Shopee telah memperluas jangkauannya ke negara-negara lain seperti Indonesia, Malaysia, Vietnam, Taiwan, Thailand, serta Filipina.

Dikutip dari iPrice (2021), Shopee menduduki peringkat pertama dengan jumlah kunjungan *website* terbanyak daripada *e-commerce* lain, yakni mencapai 129.320.800 kali. Selain itu, Shopee juga menduduki peringkat pertama aplikasi paling populer di *Play Store* serta *App Store*.

Berdasarkan hasil survei *Top Brand Award* (2020), Shopee meraih *Top Brand Award* di urutan ke-2 pada tahun 2019 dengan TBI (*Top Brand Index*) sebesar 15,6% sedangkan Lazada berada di urutan pertama dengan TBI sebesar 31,6%. Survei *Top Brand Award* tersebut diukur menggunakan parameter *top of mind, last usage, dan future intention*.

Dikutip dari Alvara *Strategic Research* (2019:38), *future intention* Shopee pada tahun 2019 hanya sebesar 28,9%. Angka tersebut masih terpaut jauh jika dibandingkan dengan *future intention* Lazada, yakni sebesar 45,8%.

Data dari Databoks (2019) menyebutkan bahwa nilai transaksi Shopee berada di bawah Tokopedia. Sejak tahun 2014, Tokopedia memimpin besarnya nilai transaksi dan diprediksi akan terus berada di urutan pertama hingga tahun 2023. Pada tahun 2020, nilai transaksi Tokopedia mencapai 16,5 miliar US\$, sedangkan Shopee hanya 11,7 miliar US\$.

Dari hasil survei yang dilakukan oleh aCommerce (2018:12) menunjukkan bahwa alasan utama masyarakat Indonesia berbelanja di Shopee adalah karena program gratis ongkir yang ditawarkan dimana aspek tersebut yang membuat Shopee unggul daripada *e-commerce* lain. Namun, jika dilihat dari aspek navigasi yang mudah dan aplikasi yang mumpuni, Shopee masih berada di bawah *e-commerce* lain. Dalam aspek navigasi, Tokopedia unggul dengan persentase sebesar 9,3% yang kemudian disusul oleh Bukalapak dengan persentase sebesar 7%, sedangkan Shopee berada di urutan ke-5 dengan persentase sebesar 3,8%. Kemudian dalam aspek aplikasi yang mumpuni, Shopee berada di urutan ke-3 dengan persentase sebesar 6,8%.

Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Rahmatya (2017:6-7) diperoleh hasil bahwa responden memiliki berbagai macam keluhan mengenai aplikasi Shopee. Keluhan tersebut seperti menu dalam aplikasi Shopee terlalu banyak, terdapat menu yang berulang, aplikasi Shopee sering *crash* (terkadang menampilkan rekomendasi yang tidak sesuai dengan keinginan), aplikasi Shopee memiliki terlalu banyak tab atau tombol, aplikasi Shopee masih memiliki banyak *bug*, isi kolom *hashtag* dalam aplikasi Shopee terkadang menampilkan isi yang tidak relevan, serta aplikasi Shopee memiliki terlalu banyak langkah ketika hendak melakukan pembelian.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Khotimah (2019:8-9) juga menyebutkan bahwa terdapat masyarakat yang mengeluhkan aplikasi Shopee. Keluhan tersebut seperti aplikasi lambat dan berat, ribet, sering *error*, serta susah untuk digunakan.

Berdasarkan data yang telah diperoleh, maka dapat disimpulkan bahwa Shopee merupakan aplikasi yang populer karena mendapatkan kunjungan terbanyak serta merupakan aplikasi dengan peringkat pertama di *App Store* dan *Play Store*. Namun, dalam hal nilai transaksi dan *future intention*, aspek navigasi yang mudah, serta aplikasi yang mumpuni, Shopee masih berada di bawah *e-*

commerce lain. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Rahmatya (2017:6-7) dan Khotimah (2019:8-9) menyebutkan bahwa terdapat masyarakat yang memiliki keluhan terhadap aplikasi Shopee dimana keluhan tersebut salah satunya mengenai *User Interface*.

Hal tersebut berbeda jika dibandingkan dengan Tokopedia. Dalam aspek navigasi yang mudah dan aplikasi yang mumpuni, Tokopedia lebih unggul daripada Shopee, sehingga dapat dikatakan bahwa Tokopedia memiliki navigasi dan aplikasi yang lebih baik daripada Shopee. Nilai transaksi Tokopedia juga diprediksi akan terus memimpin hingga tahun 2023.

Dengan melihat hasil penelitian dan data yang telah diperoleh, maka dapat disimpulkan bahwa tampilan antarmuka pengguna (*User Interface*) dapat mempengaruhi minat beli masyarakat. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk menguji apakah terdapat pengaruh antara *User Interface* aplikasi Shopee terhadap minat beli masyarakat.

KAJIAN PUSTAKA

Minat

Menurut Hartono (2018:82), minat dapat didefinisikan sebagai sikap ketertarikan seseorang terhadap suatu objek, perbuatan, dan/atau aktivitas tertentu yang disertai dengan adanya intensitas perasaan, perhatian, dan

keterlibatan perilaku seseorang. Uyun dan Idi (2021:161) dalam bukunya menjelaskan bahwa minat memiliki pengaruh yang besar terhadap kegiatan seseorang karena dengan memiliki minat, maka ia akan melakukan sesuatu sesuai dengan minatnya. Sebaliknya, jika seseorang tidak memiliki minat, maka ia tidak mungkin melakukan sesuatu.

Minat Beli

Menurut Kotler dan Keller (2016) dalam Adhi, dkk (2021:96), minat beli adalah suatu perilaku seseorang yang memiliki keinginan memilih, mengonsumsi, menggunakan, atau menginginkan suatu produk. Menurut Kotler, dkk (2018:177), minat beli konsumen dapat dibentuk berdasarkan faktor-faktor seperti pendapatan, harga, dan manfaat produk.

Ferdinand (2014) dalam Salim dan Sri (2017) menjelaskan bahwa minat beli dapat diidentifikasi melalui empat indikator sebagai berikut.

1. Minat transaksional

Minat transaksional merujuk pada kecenderungan seseorang untuk melakukan transaksi atau membeli produk.

2. Minat referensial

Minat referensial merujuk pada kecenderungan seseorang untuk

mereferensikan atau menyarankan produk kepada orang lain.

3. Minat preferensial

Minat preferensial merujuk pada perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama terhadap produk yang diinginkan.

4. Minat eksploratif

Minat eksploratif merujuk pada perilaku seseorang yang mencari informasi mengenai produk yang diinginkan serta mencari informasi guna mendukung sifat positif dari produk tersebut.

E-commerce

Menurut Harmayani, dkk (2020:1-2), *e-commerce* dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran, penjualan, pembelian barang dan/atau jasa melalui sarana elektronik seperti internet, televisi, www, atau jaringan komputer lainnya yang memerlukan teknologi *database*, *e-mail*, dan bentuk teknologi non komputer lain. Menurut Firmansyah (2020:50-51), dalam praktiknya, terdapat beberapa komponen yang mendukung proses operasional *e-commerce*, yaitu:

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

User Interface

Menurut Mulyana, dkk (2019:103), *User Interface* adalah suatu mekanisme komunikasi antara *user* dengan sistem suatu program yang berupa *website*, *mobile*, ataupun *software* dimana mekanisme tersebut disesuaikan dengan kebutuhan pengguna. Sedangkan menurut Permana dan Alia (2019:2), *User Interface* merupakan salah satu proses pemecahan masalah yang dapat menerima dan memberikan informasi kepada *user* dengan tujuan untuk membantu mengarahkan alur masalah sampai ditemukan suatu solusi.

Menurut Wahyuni dan Athanasia (2018:3), *User Interface* memiliki fokus pada bagaimana susunan tampilan produk atau perangkat yang bertujuan untuk memudahkan *user* dalam mengoperasikan suatu produk atau perangkat tersebut. Selain itu, *User Interface* tidak hanya menyangkut warna serta bentuk, namun tentang bagaimana menyajikan *tools* yang sesuai bagi *user*.

Menurut John, dkk (2012:193-196), terdapat sebuah pedoman dalam merancang *User Interface*. Pedoman tersebut antara lain adalah sebagai berikut.

1. Affordance and visibility

Affordance mengacu pada kejelasan dan fungsi kontrol sehingga *user* akrab serta mengerti bagaimana cara untuk menggunakannya. Sedangkan *visibility* mengacu pada

kesediaan kontrol dan umpan balik yang diberikan.

2. Consistency

Consistency meliputi susunan informasi, susunan menu, ukuran dan bentuk ikon, serta urutan atau alur sistem sehingga *user* dapat mengerti dimana letak menu, bagaimana alur sistemnya, dan apa fungsinya jika dilihat secara sekilas.

3. Shortcut

Shortcut berfungsi untuk mengurangi jumlah interaksi antara *user* dengan sistem yang bertujuan untuk meringankan tugas *user* itu sendiri.

4. Feedback

Feedback menunjukkan bahwa sebuah sistem responsif, sehingga *user* dapat mengerti bahwa sistem sedang atau telah melakukan proses tertentu. Kurangnya *feedback* dalam *User Interface* akan membuat *user* bertanya-tanya apakah perintah telah terproses atau sistem dapat berfungsi.

5. Dialogs that yield closure

Urutan tindakan dalam *User Interface* harus diatur dengan urutan yang jelas mulai dari bagian awal, tengah, dan akhir. Dialog tersebut biasanya memuat apakah interaksi yang dilakukan *user* sudah benar atau belum dan apa tindakan selanjutnya.

6. Error handling

Desain *User Interface* yang baik harus dapat mengantisipasi kesalahan umum dan membantu *user* untuk menghindarinya. Ketika terjadi kesalahan, sistem harus menyatakan pesan atau informasi mengenai kesalahan tersebut secara spesifik dengan cara menginformasikan apa yang salah dan menjelaskan bagaimana memperbaikinya.

7. Easy reversal of actions

Sebuah *sistem* harus dirancang agar *user* dapat menjelajahi opsi, kembali ke tindakan sebelumnya, atau membatalkan tindakan. Perancang *User Interface* harus memastikan untuk menyertakan tombol atau menu batal dalam semua dialog sehingga memungkinkan *user* untuk kembali ke tindakan sebelumnya.

8. Reduce short-term memory load

Perancang *User Interface* harus menghindari untuk mengharuskan *user* mengingat apapun mulai dari satu bentuk ke bentuk yang lain atau dari satu kotak dialog ke kotak dialog yang lain selama *user* berinteraksi dengan sistem. *User Interface* juga harus membantu *user* untuk melacak di mana mereka berada dalam proses yang kompleks melalui isyarat visual dan alat bantu lainnya.

Japariato dan Stephanie (2020:35) menjelaskan bahwa tampilan adalah salah satu faktor yang dapat meningkatkan *traffic* kunjungan dan *sales* dikarenakan *user* hanya dapat berhubungan dengan perusahaan melalui situs. Japariato dan Stephanie (2020:40) juga menjelaskan bahwa tampilan dan strukturnya dapat mendorong atau mengecilkan minat pembelian konsumen. Menurut Sridevi (2014:415), *User Interface* merupakan unsur yang paling penting dari sebuah sistem yang berbasis komputer atau produk.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Variabel bebas atau variabel independen (variabel X) dalam penelitian ini adalah *User Interface*, sedangkan variabel terikat atau variabel dependennya (variabel Y) adalah minat beli.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang tidak diketahui jumlahnya, baik yang telah memiliki atau tidak memiliki akun Shopee. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Alasan menggunakan teknik ini dikarenakan peneliti telah menentukan kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh sampel dalam penelitian. Kriteria tersebut yaitu masyarakat dengan umur 17-50 tahun, baik wanita atau pria

yang pernah membuka, melihat, dan/atau mengakses aplikasi Shopee.

Sugiyono (2019:136) dalam bukunya menjelaskan apabila populasi penelitian tidak dapat diketahui jumlahnya secara pasti, maka pengambilan sampel dapat dilakukan dengan menggunakan rumus Cochran. Dari perhitungan rumus Cochran diperoleh sampel yang dibutuhkan sebesar:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 (0,5)(0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = \frac{(3,8416)(0,25)}{0,01}$$

$$n = 96,04 \text{ responden}$$

Keterangan:

n : Ukuran Sampel
 z^2 : Harga dalam kurva normal untuk simpangan 5% = 1,96
 p : Peluang benar sebesar 50%
 q : Peluang salah sebesar 50%
 e : Tingkat kesalahan penarikan sampel (*sampling error*), ditetapkan sebesar 10%

Berdasarkan perhitungan rumus, diperoleh hasil bahwa sampel penelitian yang dibutuhkan sebanyak 96,04 responden. Sampel tersebut kemudian dibulatkan menjadi 100 responden.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebar secara *online*. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah

data primer yang diperoleh langsung dari responden melalui kuesioner. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS) 20.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menghitung korelasi antara skor item pertanyaan dengan skor total. Menurut Sujarweni dan Utami (2019:67-68), validitas item pertanyaan diukur menggunakan nilai r dengan ketentuan jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item pernyataan dinyatakan valid, sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item pertanyaan dinyatakan tidak valid. R_{tabel} dicari menggunakan rumus $df = n - 2$ dengan signifikansi 5% dimana n adalah jumlah sampel.

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item Pertanyaan 1	37,30	12,913	,578	,865
Item Pertanyaan 2	37,30	12,908	,657	,865
Item Pertanyaan 3	37,33	12,918	,652	,867
Item Pertanyaan 4	37,30	12,913	,640	,866
Item Pertanyaan 5	37,34	12,908	,630	,866
Item Pertanyaan 6	36,93	12,909	,690	,866
Item Pertanyaan 7	36,96	12,903	,672	,866
Item Pertanyaan 8	37,32	14,313	,665	,866
Item Pertanyaan 9	37,38	12,910	,657	,866
Item Pertanyaan 10	37,33	12,910	,672	,866

Gambar 1. Hasil Uji Validitas Variabel

User Interface

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item Pertanyaan 11	37,33	12,913	,578	,865
Item Pertanyaan 12	37,30	12,908	,657	,865
Item Pertanyaan 13	37,33	12,918	,652	,867
Item Pertanyaan 14	37,30	12,913	,640	,866
Item Pertanyaan 15	37,34	12,908	,630	,866
Item Pertanyaan 16	36,93	12,909	,690	,866
Item Pertanyaan 17	36,96	12,903	,672	,866
Item Pertanyaan 18	37,32	14,313	,665	,866
Item Pertanyaan 19	37,38	12,910	,657	,866
Item Pertanyaan 20	37,33	12,910	,672	,866

Gambar 2. Hasil Uji Validitas Variabel
Minat Beli

Berdasarkan Gambar 1 dan Gambar 2, dapat diketahui bahwa setiap item pertanyaan kuesioner pada masing-masing variabel memiliki r_{hitung} (*Corrected Item-Total Correlation*) yang lebih besar dari r_{tabel} (0,197). Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan tersebut valid untuk digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian.

Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *Cronbach's Alpha* untuk menguji reliabilitas instrumen. Widayat (2018:141) dalam bukunya menjelaskan bahwa suatu instrumen dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* paling tidak sebesar 0,6.

Cronbach's Alpha	N of Items
,866	10

Gambar 3. Hasil Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
,869	10

Gambar 4. Hasil Uji Reliabilitas Variabel

Minat Beli

Berdasarkan Gambar 3 dan Gambar 4, dapat diketahui bahwa seluruh item pertanyaan kuesioner pada variabel *User Interface* dan variabel minat beli memiliki nilai alpha yang lebih besar dari 0,6. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan kuesioner dalam penelitian ini reliabel untuk digunakan sebagai alat ukur.

Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji statistik *One Sample Kolmogorov-Smirnov*. Menurut Priyastama (2020:122), nilai residual suatu data dapat dikatakan berdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters**	Mean	.067
	Std. Deviation	3.51597913
Most Extreme Differences	Absolute	.104
	Positive	.104
	Negative	-.103
Kolmogorov-Smirnov Z		1.039
Asymp. Sig. (2-tailed)		.231
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Gambar 5. Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan Gambar 5, dapat diketahui nilai signifikansi (Asymp. Sig. (2-tailed)) sebesar 0,231 dimana nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Linearitas

Uji linearitas dalam penelitian ini menggunakan *test for linearity* pada taraf signifikansi 0,05. Menurut Purnomo (2017:95), dua variabel dapat dikatakan memiliki hubungan yang linear apabila signifikansi (*Deviation from Linearity*) lebih dari 0,05.

ANOVA Table					
		Sum of Squares	df	Mean Square	F
Model	(Constant)	1167.664	1	1167.664	6.276
	Linearity	879.781	1	879.781	47.608
	Deviation from Linearity	286.875	18	15.938	1.843
	Total	2334.320	20		

Gambar 6. Hasil Uji Linearitas

Berdasarkan Gambar 6, dapat diketahui bahwa variabel *User Interface* dan minat beli memiliki nilai signifikansi sebesar 0,076 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel dalam penelitian ini memiliki hubungan yang linear.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji Glejser. Menurut Febry dan Teofilus (2020:60), apabila nilai signifikansi > 0,05 maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.514	2.423		2.689	.008
1 User Interface (X)	-.088	.059	-.161	-1.510	.068

a. Dependent Variable: Y0202

Gambar 7. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan Gambar 7, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,109 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Pengujian autokorelasi dalam penelitian ini menggunakan Durbin Watson (DW). Menurut Rozak dan Wiwin (2019:136), suatu model regresi linier dapat dikatakan tidak terjadi autokorelasi jika nilai DW berada dalam interval $-2 < DW < 2$ atau dapat dikatakan berada di antara -2 dan +2.

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.845 ^a	.715	.710	3.534	1.995

a. Predictors: (Constant), User Interface (X)
b. Dependent Variable: Minat Beli (Y)

Gambar 8. Hasil Uji Autokorelasi

Berdasarkan Gambar 7, dapat diketahui nilai Durbin Watson (DW) sebesar 1,995 dimana nilai tersebut berada dalam interval $-2 < DW < 2$. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana. Tujuan analisis regresi linear sederhana adalah untuk memberikan gambaran dan mempelajari tentang bentuk hubungan atau pengaruh dari variabel X

terhadap Y serta meramalkan tinggi rendahnya skor pada variabel dependen berdasarkan atas satu variabel independen dimana variabel data berwujud skor.

Menurut Sugiyono (2019: 252), persamaan regresi linier sederhana dapat dirumuskan sebagai berikut.

$$Y' = a + b X$$

Keterangan:

Y' : Nilai yang diprediksikan

a : Konstanta atau bila harga $X = 0$

b : Koefisien regresi

X : Nilai variabel independen

Model		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
1	(Constant)	10.901		2.953	.004
1	User Interface (X)	.745	.845	8.350	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli (Y)

Gambar 9. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Berdasarkan Gambar 9, persamaan regresi linier sederhana dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

$$Y' = 10,901 + 0,745 X$$

Dari persamaan tersebut, dapat diketahui bahwa variabel *User Interface* memiliki pengaruh terhadap variabel minat beli. Nilai konstanta sebesar 10,901 memiliki arti bahwa minat beli akan sebesar 10,901 jika *User Interface* sama dengan nol. Sedangkan koefisien regresi

sebesar 0,745 menunjukkan bahwa apabila *User Interface* meningkat sebesar 1 satuan maka minat beli akan meningkat sebesar 0,745. Hal tersebut menjelaskan jika *User Interface* menurun, maka minat beli juga akan mengalami penurunan. Sebaliknya, jika *User Interface* meningkat, maka minat beli juga akan meningkat.

Koefisien Determinasi

Dalam penelitian ini, koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi dinyatakan dalam bentuk persentase.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.645 ^a	.416	.410	3.534

a. Predictors: (Constant), User Interface (X)

Gambar 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Berdasarkan Gambar 10, dapat diketahui nilai R Square (R^2) sebesar 0,416 atau 41,6%. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *User Interface* memiliki pengaruh terhadap variabel minat beli sebesar 41,6% dimana sisanya sebesar 58,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji t

Menurut Hantono (2018:74), uji t digunakan untuk menguji apakah variabel

bebas secara individual memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. Menurut Mulyono (2018:113), H_a diterima apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi $< 0,05$. Artinya, variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Hantono (2018:75) menjelaskan bahwa t_{tabel} dapat dicari menggunakan

rumus $\left(\frac{\alpha}{2}, n-k-1 \right)$ dimana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel bebas.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	10.501	3.669			2.855	.004
1 User Interface (X)	.745	.080	.645		8.350	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli (Y)

Gambar 11. Hasil Uji t

Berdasarkan Gambar 11, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 8,350 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dari perhitungan rumus t_{tabel} , diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,984. Karena t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel *User Interface* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat beli.

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh hasil bahwa *User Interface* aplikasi Shopee memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli masyarakat.

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Herdioko (2019) yang menjelaskan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara desain tampilan situs terhadap niat berbelanja. Selain itu penelitian ini juga relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Joewono (2019) yang menjelaskan bahwa tampilan antarmuka memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli.

User Interface aplikasi Shopee dapat mempengaruhi minat beli masyarakat karena *User Interface* memegang peranan yang penting dalam suksesnya transaksi online pada *e-commerce*. Japarianto dan Stephanie (2020:35) menjelaskan bahwa tampilan adalah salah satu faktor yang dapat meningkatkan *traffic* kunjungan dan *sales* dikarenakan *user* hanya dapat berhubungan dengan perusahaan melalui situs.

User Interface dapat menjadi faktor apakah seseorang tertarik untuk mengunjungi dan melakukan *surfing* pada aplikasi. Dengan *User Interface* yang baik, *user* dapat menjelajahi aplikasi dengan mudah dan tidak menyebabkan *user stuck* atau tersesat pada halaman tertentu. Oleh karena itu *User Interface* harus mudah untuk dipelajari dan harus mampu memberikan pengalaman yang *user friendly*. *User Interface* juga harus didesain sedemikian rupa yang tentunya tetap memperhatikan pedoman dalam

merancang *User Interface* dan didesain dengan matang. Jika *User Interface*-nya sulit untuk dipahami maka cenderung akan mengurungkan minat untuk membeli dan transaksi pun gagal terjadi.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *User Interface* aplikasi Shopee terhadap minat beli masyarakat sebesar 41,6% dimana sisanya sebesar 58,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Dari hasil analisis regresi sederhana, diperoleh persamaan $Y' = 10,901 + 0,745 X$. Nilai konstanta sebesar 10,901 memiliki arti bahwa minat beli akan sebesar 10,901 jika *User Interface* sama dengan nol. Sedangkan koefisien regresi sebesar 0,745 menunjukkan bahwa apabila *User Interface* meningkat sebesar 1 satuan maka minat beli akan meningkat sebesar 0,745. Hal tersebut menjelaskan jika *User Interface* menurun, maka minat beli juga akan mengalami penurunan. Sebaliknya, jika *User Interface* meningkat, maka minat beli juga akan meningkat.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh *User Interface* aplikasi

Shopee terhadap minat beli masyarakat, berikut beberapa hal yang dapat disarankan.

1. Bagi *e-commerce* Shopee, hendaknya *User Interface* aplikasi Shopee terus dievaluasi dan diperbaiki dengan tetap memperhatikan kebutuhan *user* dan pedoman dalam merancang *User Interface*. Pedoman tersebut terdiri dari *affordance and visibility, consistency, shortcut, feedback, dialogs that yield closure, error handling, easy reversal of actions*, dan *reduce short-term memory load* sehingga aplikasi Shopee dapat memberikan kemudahan, khususnya bagi *user* baru. Jika *User Interface* membingungkan dan sulit untuk digunakan, maka *user* akan *stuck* pada suatu halaman tertentu dan kemungkinan terbesarnya adalah *user* tidak melakukan transaksi pembelian karena tidak mengerti langkah yang harus dilakukan.
2. Bagi peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan penelitian dan menggali lebih dalam lagi dengan teori lain yang relevan, menambah variabel, atau meneliti variabel lain yang dapat mempengaruhi minat beli masyarakat guna memperkaya wawasan dan ilmu pengetahuan. Penelitian juga dapat dilakukan terhadap *e-commerce* selain Shopee mengingat di era sekarang ini pertumbuhan *e-commerce* sangat cepat

dan semakin menjamur.

DAFTAR PUSTAKA

- aCommerce. 2019. *EIQ Consumer Pulse: Uncovering The Value of Indonesia's Top Online Platforms*. Diakses dari <https://ecommerceiq.asia/asp-products/eiq-consumer-pulse-uncovering-the-value-of-indonesias-top-online-platforms/>.
- Adhi, dkk. 2021. *Konsep Dasar E-commerce*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Alvara Strategic Research. 2019. *Perilaku dan Preferensi Konsumen Millenial Indonesia terhadap Aplikasi E-Commerce*. Diakses dari <https://alvara-strategic.com/layanan-digital-buatan-indonesia-paling-diminati-milenial/>.
- Databoks. 2019. *Tokopedia, E-Commerce dengan Nilai Transaksi Terbesar*. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/15/2014-2023-nilai-transaksi-tokopedia-terbesar-dibandingkan-e-commerce-lainnya>.
- Febry, Timotius dan Teofilus. 2020. *SPSS : Aplikasi pada Penelitian Manajemen Bisnis: Media Sains Indonesia*.
- Firmansyah, M. Anang. 2020. *Pengantar E-marketing*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Hantono. 2018. *Konsep Analisa Laporan Keuangan dengan Pendekatan Rasio dan SPSS*. Yogyakarta: Deepublish.
- Harmayani, dkk. 2020. *E-commerce : Suatu Pengantar Bisnis Digital*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

- Hartono. 2018. *Bimbingan Karier*. Jakarta Timur: Prenada Media Group.
- Herdioko, Jonathan dan Pramatiya Resindra W. 2019. "Analisis Pengaruh Sikap, Desain Tampilan, dan Citra Situs Terhadap Minat Belanja pada Situs Belanja Daring Tokopedia di Daerah Istimewa Yogyakarta". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 31(1), 48-60.
- iPrice. 2021. The Map of E-commerce in Indonesia. Diakses dari <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>.
- _____. 2020. Southeast Asian E-commerce, 1H/2020: Analyzing Impacts Of COVID-19 on Online Shopping. Diakses dari <https://iprice.sg/trends/insights/the-impacts-of-covid-19-on-e-commerce-in-southeast-asia-in-h1-2020/>.
- Japarianto, Edwin, dan Stephanie Adelia. 2020. "Pengaruh Tampilan Web dan Harga Terhadap Minat Beli dengan Kepercayaan Sebagai Intervening pada E-commerce Shopee". *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 35-43.
- Joewono, Stephen, dan Wahyu Ramadoni. 2019. "Pengaruh Tampilan Antarmuka dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli (Studi Kasus pada Konsumen Go-Food di Kota Malang dan Surabaya)". *Jurnal Eksekutif*, 16(1), 70-86.
- John, dkk. 2012. *System Analysis and Design In A Changing World (Sixth Edition)*. USA: Joe Sabatino.
- Khotimah. Nur. 2019. *Analisis Sentimen Terhadap Review E-commerce dengan Metode Stochastic Gradient Descent*. Doctoral Dissertation. Universitas Muhammadiyah.
- Kotler, dkk. 2018. *Principles of Marketing (Fourth European Edition)*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Mulyana, dkk. 2019. *Buku Ajar Desain Grafis dan Multimedia: Teori dan Implementasi*. Bogor: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Pakuan.
- Mulyono. 2018. *Berprestasi Melalui JFP Ayo Kumpulkan Angka Kreditmu*. Yogyakarta: Deepublish.
- Permana, Pungky I. dan Alia N. P. 2019. *Pemrograman Web dan Perangkat Bergerak untuk SMK/MAK Kelas XII*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Priyastama, Romie. 2020. *The Book of SPSS: Pengolahan & Analisis Data*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Purnomo, Rochmat Aldy. 2017. *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS Untuk Mahasiswa, Dosen, dan Praktis (Edisi 2)*. Ponorogo: CV. Wade Group.
- Rahmatya, Istari. 2017. *Evaluasi dan Perancangan Ulang Aplikasi E-commerce Shopee Berdasarkan Usability Testing*. Skripsi. Universitas Katolik Parahyangan.
- Rozak, Abd., Wiwin Sri Hidayati. 2019. *Pengolahan Data Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: Erhaka Utama.
- Salim, Y. U. dan Sri Widaningsih. 2017. "Analisis Minat Beli Konsumen Terhadap Program Kursus Bahasa Inggris di Lembaga Kursus Bahasa Northern Lights Education Center (NLEC) Bandung". *E-Proceeding of Applied Science*, 3(2), 521-527.
- Sridevi, S. 2014. *User Interface Design*. *International Journal of Computer*

Science and Information Technology Research, 2(2), 415-426.

Statista. 2020. Number of e-commerce users in Indonesia from 2017 to 2024. Diakses dari <https://www.statista.com/forecasts/251635/e-commerce-users-in-indonesia>.

Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.

Sujarweni dan Utami. 2019. *The Master Book of SPSS : Pintar Mengolah Data Statistik untuk Segala Keperluan Secara Otodidak*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.

Top Brand Award. 2020. Top Brand Index. Diakses dari https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=shopee.

Uyun, M. dan Idi W. 2021. *Psikologi Pendidikan*. Yogyakarta: Deepublish.

Wahyuni, A. S. dan Athanasia O. P. D. 2018. Persepsi Pemustaka Terhadap Desain Antarmuka Pengguna (*User Interface*) Aplikasi Perpustakaan Digital “iJogja” Berbasis Android. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*. 7(1), 1-11.

We Are Social. 2020. Digital In 2020. Diakses dari <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>.

Widayat. 2018. *Statistika Multivariat (Pada Bidang Manajemen dan Bisnis)*. Malang: UMM Press.

Matches

Internet sources

999

1	https://jurnalunibi.unibi.ac.id/ojs/index.php/in_search/issue/download/6/In%20Search	7 Sources	1.31%
2	https://stie-pertiwi.ac.id/wp-content/uploads/2017/09/Economicus-2018-1.pdf	5 Sources	1.24%
3	http://e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id/9764/1/SKRIPSI%20PS%20S1%20SITI%20WULANDARI%2063010160030.pdf	23 Sources	1.24%
4	https://lib.unnes.ac.id/24512/1/1401412539.pdf	6 Sources	1.19%
5	http://etheses.uin-malang.ac.id/26967/1/17170030.pdf	6 Sources	1.08%
6	http://eprints.undip.ac.id/71986/1/04_SISWANTO.pdf	10 Sources	1.05%
7	https://docobook.com/hubungan-antara-konsep-diri-dan-asertivitas-dengan.html	9 Sources	1.05%
8	http://ejournal.unira.ac.id/index.php/jurnal_makro_manajemen/article/view/287		1.03%
9	http://eprints.uny.ac.id/43765/1/ErviaRistiana_14808147006.pdf	8 Sources	1.03%
10	http://eprints.undip.ac.id/35575/1/Jurnal_(Nia).pdf		1.03%
11	http://eprints.uny.ac.id/15308/1/SKRIPSI.pdf	2 Sources	1.03%
12	http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/download/6281/5165	7 Sources	1.01%
13	http://eprints.binadarma.ac.id/2741/1/PROSIDING-SEMNASTIK-MAGMA-2014.pdf	6 Sources	1.01%
14	http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/39868/1/RT.%20SHIFNI%20MAFAZATAL%20HAYAT-FEB.pdf		1.01%
15	https://core.ac.uk/download/pdf/78033400.pdf	2 Sources	1.01%
16	http://www.multiparadigma.lecture.ub.ac.id/files/2014/10/SNA-16-Sesi-2-B.pdf	3 Sources	0.98%
17	https://www.scribd.com/document/374736934/Skrip-Si	6 Sources	0.98%
18	http://e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id/8197/1/DIAH%20PUJI%20LESTARI_63010150025_PERBANKAN%20SYARIAH%20S...		0.98%
19	http://repository.ekuitas.ac.id/bitstream/handle/123456789/523/ABSTRAK.pdf?isAllowed=y&sequence=1	7 Sources	0.96%
20	http://eprint.stieww.ac.id/494/1/141215136%20FITRI%20U.pdf	13 Sources	0.91%

21	http://ejournal.uniks.ac.id/index.php/KHITMAH/article/download/990/785	6 Sources	0.91%
22	http://e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id/9644/1/63020160144%20-%20Aditya%20Bagas%20Hartanto.pdf	4 Sources	0.86%
23	http://fe.unira.ac.id/wp-content/uploads/2015/05/November-2014.pdf	6 Sources	0.86%
24	http://etheses.iainponorogo.ac.id/7765/1/Skripsi%20A5.pdf	6 Sources	0.84%
25	http://repository.ubpkarawang.ac.id/gdl.php?id=123--drdedimuly-110&mod=browse&op=read	5 Sources	0.84%
26	http://eprints.umm.ac.id/67512/5/BAB%20IV.pdf	4 Sources	0.84%
27	https://ejournal.stiebi.ac.id/index.php/Jebi/article/download/181/138/252		0.84%
28	http://etheses.uin-malang.ac.id/24108/1/16510013.pdf	40 Sources	0.84%
29	http://digilib.uinsby.ac.id/4143/7/Bab%204.pdf	2 Sources	0.82%
30	https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/issue/download/234/208		0.82%
31	http://repository.upi.edu/48375/1/S_PKR_1602230_Title.pdf	8 Sources	0.82%
32	https://core.ac.uk/download/pdf/304715468.pdf	10 Sources	0.77%
33	https://media.neliti.com/media/publications/163079-ID-pengaruh-kompensasi-dan-motivasi-kerja-t.pdf		0.75%
34	http://eprints.uny.ac.id/27289/1/Emha%20Rofiqi%20Hasyim%2009501241034.pdf	3 Sources	0.75%
35	https://www.coursehero.com/file/p9ia22g/a-Uji-Validitas-Validitas-kesahihan-adalah-suatu-indeks-yang-menunjukan-a	16 Sources	0.72%
36	http://digilib.unila.ac.id/61361/2/SKRIPSI%20TANPA%20BAB%20PEMBAHASAN.pdf	9 Sources	0.72%
37	http://eprints.uny.ac.id/8902/4/BAB%205%20-08408141030.pdf	6 Sources	0.72%
38	https://pt.scribd.com/doc/284505592/jurnal-02	16 Sources	0.7%
39	https://docplayer.info/68547065-Pengaruh-gaya-kepemimpinan-dan-motivasi-terhadap-kinerja-karyawan.html	5 Sources	0.7%
40	https://jurnal.untan.ac.id/index.php/justin/article/view/42611	12 Sources	0.68%
41	https://dedikasiilmu.blogspot.com/2019/12/pengaruh-persepsi-green-product-brand.html	2 Sources	0.68%
42	http://repository.unpas.ac.id/13767	5 Sources	0.65%

43	http://jurnalwacana.psikologi.fk.uns.ac.id/index.php/wacana/article/download/77/77		0.65%
44	http://repository.uinsu.ac.id/10244/1/SKRIPSI%20RAUZA%20ALFANY.pdf	2 Sources	0.65%
45	https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/10100/1/Fuja.pdf	8 Sources	0.65%
46	http://candrajiwa.psikologi.fk.uns.ac.id/index.php/candrajiwa/article/download/96/89		0.63%
47	http://etheses.iainponorogo.ac.id/10560/1/PDF%20CHUSNUL.pdf	2 Sources	0.63%
48	http://eprints.kwikkiangie.ac.id/1232/10/31140573%20-%20RESUME.pdf	15 Sources	0.61%
49	http://repository.usd.ac.id/36275	15 Sources	0.61%
50	http://repository.iain-manado.ac.id/25/1/Skripsi%20F.%20Nabila%20Bachdar.pdf	7 Sources	0.58%
51	https://core.ac.uk/download/pdf/327184425.pdf	7 Sources	0.58%
52	https://jurnal.unived.ac.id/index.php/er/issue/download/88/6	6 Sources	0.58%
53	http://kc.umn.ac.id/851/4/BAB%20III.pdf		0.58%
54	http://lib.unnes.ac.id/24501/1/1401412501.pdf	2 Sources	0.58%
55	http://lontar.ui.ac.id/file?file=digital/20291352-S-Ishmah%20Wati.pdf	6 Sources	0.58%
56	http://eprint.stieww.ac.id/939/1/151115381%20INA%20OCTAVIANA%20TH%202019%201-3.pdf	2 Sources	0.56%
57	https://docobook.com/pengaruh-motivasi-kerja-dan-disiplin-kerja-terhadap4f592c98f36014ed4b6a5501f1061bb799051.html		0.56%
58	http://eprints.walisongo.ac.id/11128/1/NIM1505036073.pdf		0.56%
59	http://eprints.walisongo.ac.id/11137/1/NIM1605036099.pdf	10 Sources	0.56%
60	http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/40165/2/JULIANDI-FEB.pdf	5 Sources	0.56%
61	http://digilib.uinsby.ac.id/39079	2 Sources	0.56%
62	http://lib.unnes.ac.id/43072/1/7101416127.pdf	8 Sources	0.56%
63	https://dinastipub.org/DIJEMSS/article/download/669/433	10 Sources	0.56%
64	http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/download/1549/1566	5 Sources	0.56%

65	http://repository.uin-alauddin.ac.id/8996/1/ANDI%20SATRIA%20MANDALA.pdf	2 Sources	0.56%
66	https://ejournal.pinci.ac.id/index.php/jbk/article/download/51/30	2 Sources	0.54%
67	http://eprints.uny.ac.id/33471/1/Lukman%20Budi%20Anto%2011503241032.pdf		0.54%
68	https://text-id.123dok.com/document/zpdr1wrz-faktor-faktor-yang-mempengaruhi-kemauan-membayar-pajak-dengan	6 Sources	0.54%
69	http://etheses.uin-malang.ac.id/2141/11/08410057_Lampiran.pdf	18 Sources	0.51%
70	http://repository.stienobel-indonesia.ac.id/bitstream/handle/123456789/269/SATRIO%20UTOMO%202015211962.pdf?is	3 Sources	0.51%
71	http://jurnalpemasaran.petra.ac.id/index.php/mar/article/download/22616/20026		0.51%
72	https://ejournal.stiesia.ac.id/jira/article/downloadSuppFile/103/29	4 Sources	0.51%
73	http://jurnal.unismabekasi.ac.id/index.php/optimal/article/download/2011/1690	2 Sources	0.49%
74	http://repository.ub.ac.id/184668/1/0520030199-%20Rani%20Amalia%20Novitasari.pdf		0.49%
75	http://repository.trisakti.ac.id/webopac_usaktiana/index.php/home/detail/detail_koleksi/0/SKR/judul/0000000000000000	2 Sources	0.49%
76	https://conference.upnvi.ac.id/index.php/biema/article/download/859/492		0.49%
77	https://adoc.pub/pengaruh-kebijaksanaan-apbd-dan-kemiskinan-terhadap-kesejaht.html		0.49%
78	https://e-jurnal.lppmunsera.org/index.php/Akuntansi/article/view/2402		0.49%
79	http://jurnal.stiebankbpdjateng.ac.id/jurnal/index.php/magma/article/download/62/84	11 Sources	0.49%
80	https://ecampus.iainbatusangkar.ac.id/batusangkar/AmbilLampiran?claz=ais.database.model.file.LampiranLain&down	2 Sources	0.49%
81	https://conference.upnvi.ac.id/index.php/korelasi/article/download/1160/889	6 Sources	0.49%
82	http://repository.radenintan.ac.id/6522		0.49%
83	http://repository.unisma.ac.id/bitstream/handle/123456789/1794/S1_EKONOMI_DELAYUMEISARTIKA_21701081484.pdf?isAllow...		0.49%
84	http://repository.umsu.ac.id/xmlui/handle/123456789/3879	10 Sources	0.49%
85	https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10454446.2020.1792023	12 Sources	0.49%
86	http://eprints.undip.ac.id/10354/1/HUBUNGAN_ANTARA_GAYA_HIDUP_ACHIEVERS_DENGAN.pdf		0.47%

87	http://repository.iainpurwokerto.ac.id/7970/1/Amalia%20Nur%20Rochma_Pengaruh%20Kompensasi%2C%20Motivasi%2C%20...	0.47%
88	http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/jsk/article/view/308	2 Sources 0.47%
89	http://scholar.unand.ac.id/55427/5/Skripsi%20Full.pdf	2 Sources 0.47%
90	https://www.researchgate.net/publication/335854533_Aspek_Kepemimpinan_Dan_Kompetensi_Aparatur_Birokrasi_Sert...	2 Sources 0.47%
91	https://core.ac.uk/download/pdf/299899919.pdf	0.44%
92	https://www.scribd.com/document/381311999/BAB-III-pdf	10 Sources 0.44%
93	http://bulletin-it.blogspot.com/2011/10/pengertian-e-commerce.html	12 Sources 0.44%
94	https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/ema/article/download/1253/879	2 Sources 0.44%
95	https://core.ac.uk/download/pdf/327207923.pdf	4 Sources 0.44%
96	http://eprints.uny.ac.id/65900/4/BAB%20III.pdf	2 Sources 0.44%
97	http://www.repository.trisakti.ac.id/webopac_usaktiana/index.php/home/browse?filter=2017&jumlah=1643&kd_jns_buku=SKR...	0.44%
98	http://libfeconuii.files.wordpress.com/2011/05/abstrak2008.pdf	2 Sources 0.44%
99	http://repository.uin-suska.ac.id/21647/1/file%20lengkap%20%28kecuali%20BAB%20V%29.pdf	0.44%
100	https://adoc.tips/studi-eksplorasi-dampak-keberadaan-pasar-modern-terhadap-usa.html	8 Sources 0.44%
101	http://mufrimuhammad.blogspot.com/2017/01/tugas-softskill-3.html	2 Sources 0.44%
102	https://www.maxmanroe.com/vid/teknologi/internet/pengertian-e-commerce.html	3 Sources 0.44%
103	https://sombule75.blogspot.com/2013/08/pengaruh-kepemimpinan-kepala-puskesmas.html	0.44%
104	http://ejournal.unp.ac.id/students/index.php/psi/article/download/7967/3743	0.42%
105	http://digilib.usm.ac.id/files/disk1/4/gdl-usm--ardianiika-190-4-ardiani-).doc	0.42%
106	http://repository.uin-suska.ac.id/10184	9 Sources 0.42%
107	https://www.researchgate.net/publication/334276198_Pengaruh_Tax_Amnesty_dan_E-Filing_pada_Kepatuhan_Wajib_Pajak_Ora...	0.42%
108	https://www.scribd.com/document/378552619/BAB-I-5	0.42%

109	http://eprints.iain-surakarta.ac.id/2586	2 Sources	0.42%
110	https://pt.scribd.com/document/152713560/Pengaruh-Komitmen-dan-Kepuasan-Kerja-OCB	6 Sources	0.42%
111	http://eprints.uny.ac.id/66974/1/SKRIPSI_VANNICA%20SYAHGRINATA.pdf		0.42%
112	https://journal.umy.ac.id/index.php/bti/article/view/2556		0.42%
113	https://lpbe.org/wp-content/uploads/2020/02/FORMAT-JURNAL-LPBE_SAMIR_HAL-50-62.pdf	11 Sources	0.42%
114	https://media.neliti.com/media/publications/296679-analisis-lokasi-terhadap-minat-beli-peru-2ac4fa8e.pdf	11 Sources	0.42%
115	http://repository.iainpalopo.ac.id/id/eprint/401/1/Nurqualbi.pdf	6 Sources	0.42%
116	http://eprints.iain-surakarta.ac.id/2509		0.42%
117	https://www.scilit.net/journal/2438531	2 Sources	0.42%
118	https://es.scribd.com/document/323704171/Prosiding-Seminar-Nasional-2nd-Fe-Umj-2016	2 Sources	0.42%
119	http://jurnalmahasiswa.stesia.ac.id/index.php/jira/article/download/506/517	4 Sources	0.42%
120	http://jurnalmahasiswa.stesia.ac.id/index.php/jira/article/download/2726/2736		0.42%
121	https://www.scribd.com/document/354493143/BAB-III		0.42%
122	https://ojs.unikom.ac.id/index.php/visualita/article/view/1459	2 Sources	0.42%
123	https://anzdoc.com/skripsi-efektivitas-penggunaan-dan-kepercayaan-atas-sistem-i.html		0.42%
124	http://eprint.stieww.ac.id/293/1/161103151%20RAKA%20ARDHIWAN.pdf		0.42%
125	http://digilib.isi.ac.id/7631/3/SRI%20SURYANDARI_2021_BAB%20VI.pdf	2 Sources	0.42%
126	http://repository.president.ac.id/bitstream/handle/123456789/2203/014200800037.pdf?isAllowed=y&sequence=1	2 Sources	0.4%
127	http://repository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/95344/Fenny%20Final%20Putri.pdf?isAllowed=y&sequence=1		0.4%
128	https://ojs.uniska-bjm.ac.id/index.php/IQT/article/view/2397		0.4%
129	https://jgs.ejournal.unri.ac.id/index.php/JGS/article/viewFile/7900/pdf		0.4%
130	http://repository.stieykpn.ac.id/652/1/RINGKASAN%20SKRIPSI%20Nuriansyah%20-%20111528425.pdf		0.4%

131	https://core.ac.uk/download/pdf/45361299.pdf	2 Sources	0.4%
132	http://eprints.iain-surakarta.ac.id/3381/1/REVISI%20FIX.pdf		0.4%
133	https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/download/20945/19622	2 Sources	0.4%
134	http://eprints.umm.ac.id/72913/4/BAB%20III.pdf		0.4%
135	http://eprints.uny.ac.id/14893/8/SKRIPSI%20JADI.pdf		0.4%
136	http://jurnal.ustjogja.ac.id/index.php/keluarga/article/download/1813/963	2 Sources	0.4%
137	http://repository.ub.ac.id/183881/1/0520030031-%20Andiagara%20Putra%20Wariman.pdf	5 Sources	0.4%
138	http://etheses.uin-malang.ac.id/24718/1/15130009.pdf	4 Sources	0.4%
139	https://text-id.123dok.com/document/1y9po9wq-analisis-pengaruh-penghindaran-pajak-kepemilikan-keluarga-dan-kepemilika...		0.4%
140	http://journal.unika.ac.id/index.php/jab/article/viewFile/2841/pdf		0.4%
141	http://eprints.umm.ac.id/42348/4/BAB%20III.pdf	5 Sources	0.4%
142	https://www.scribd.com/doc/114889283/pengaruh-insider-ownership-dispersion-of-ownership-free-cash-flow-dan-collat	7 Sources	0.4%
143	http://eprints.umsida.ac.id/332/1/PROSIDING%2017.pdf		0.4%
144	http://repositori.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/541/147017078.pdf?isAllowed=y&sequence=1	5 Sources	0.4%
145	https://moam.info/abstrak-manajemen-2009-digital-library-fakultas-_5a2aa3c51723dd7e15938f6d.html		0.4%
146	https://core.ac.uk/download/pdf/225828128.pdf	2 Sources	0.4%
147	https://zombiedoc.com/seminar-nasional-matematika-2015.html		0.4%
148	http://repository.ub.ac.id/183035/1/Haifa%20Shabirah%20HS.pdf		0.4%
149	http://repository.unhas.ac.id/handle/123456789/9967		0.4%
150	http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/download/6085/4983		0.4%
151	http://repository.radenintan.ac.id/1861		0.4%
152	https://es.scribd.com/doc/302896984/Skripsi-Ayomi		0.37%

153	https://id.123dok.com/document/9yng85lz-analisis-pengaruh-desentralisasi-pendapatan-pemerintah-kabupaten-provinsi-suma...	0.37%
154	http://repository.radenintan.ac.id/5341	0.37%
155	http://repository.ub.ac.id/10198/1/Anggi%20Hermanda.pdf	0.37%
156	https://eprints.uns.ac.id/2572	5 Sources 0.37%
157	http://repository.uin-suska.ac.id/1804/1/2013_2013235MEN.pdf	0.37%
158	https://id.123dok.com/document/y95m47vz-pengaruh-kualitas-pelayanan-kepercayaan-kepuasan-terhadap-loyalitas-perguru...	0.37%
159	https://id.123dok.com/document/yjd84k6y-pengaruh-harga-produk-lokasi-dan-promosi-terhadap-minat-beli-konsumen-di-hote...	0.37%
160	http://repository.radenintan.ac.id/2839/1/Skripsi_Full.pdf	0.37%
161	https://id.123dok.com/document/9ynnijiy-pengaruh-supervisi-akademik-kepala-sekolah-dan-iklim-kerja-terhadap-kinerja-guru...	0.37%
162	https://ro.scribd.com/document/379611320/Zainatul-Abadiah-Fsh	0.37%
163	https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/download/14131/13870	0.37%
164	https://es.scribd.com/document/336952285/Buku-Seminar-Dan-Konferensi-Nasional-Magister-Manajemen-Universitas-Muria-K...	0.37%
165	https://www.yumpu.com/id/document/view/28593810/snikom-2010-usupress-universitas-sumatera-utara	0.37%
166	http://digilib.uin-suka.ac.id/21222/2/12820003_BAB-I_IV-atau-V_DAFTAR-PUSTAKA.pdf	0.37%
167	http://journals.stiedwisakti.ac.id/ojs/index.php/kolegial/article/download/143/111	3 Sources 0.37%
168	https://media.neliti.com/media/publications/167937-ID-penerapan-ifrs-dan-pengaruhnya-terhadap.pdf	0.37%
169	http://eprints.ung.ac.id/995/10/2013-2-61201-931410049-bab4-10012014082748.pdf	0.37%
170	http://publication.gunadarma.ac.id/bitstream/123456789/3494/1/jurnal%20gw%202007_2.pdf	0.37%
171	https://ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2019/09/JOURNAL%20(09-25-19-06-35-24).pdf	0.37%
172	https://text-id.123dok.com/document/y621xp5z-pengaruh-corporate-social-responsibility-disclosure-diversifikasi-perusahaan-k...	0.37%
173	http://eprints.umm.ac.id/43686/1/jiptumpp-gdl-rirmawahyu-47597-1-r.irma-%29.pdf	0.37%
174	https://edunesia.org/index.php/edu/issue/download/6/8	0.37%

175	http://eprints.uny.ac.id/43017/1/Skripsi%20Full%20Satrio%20Wijoyo.pdf	3 Sources	0.37%
176	https://garuda.ristekbrin.go.id/journal/view/6468?issue=Vol+39%2C+No+2+%282016%29%3A+OKTOBER	3 Sources	0.37%
177	https://nadeleeaghna.wordpress.com/author/nadeleeaghna	2 Sources	0.37%
178	http://jurnal.stiemuhpekalongan.ac.id/index.php/nrc/article/download/44/26	3 Sources	0.37%
179	https://core.ac.uk/download/pdf/299923788.pdf		0.37%
181	https://zephyrnet.com/fr/e-commerce-en-Asie-du-Sud-Est-1h-2020-analyse-des-impacts-de-Covid-19-sur-les-achats-en-ligne		0.35%
182	http://etheses.uin-malang.ac.id/2767/1/10410068.pdf		0.33%
183	https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/22810	7 Sources	0.33%
184	https://feckysemuel.blogspot.com	10 Sources	0.33%
185	https://core.ac.uk/download/pdf/185259642.pdf	3 Sources	0.3%
186	http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/17155	2 Sources	0.3%
187	http://jurnal.fkip.uns.ac.id/index.php/pap/article/view/2715		0.3%
188	https://www.statista.com/statistics/251635/e-commerce-users-in-indonesia		0.3%
189	http://repository.fisip-untirta.ac.id/816/1/PENGARUH%20INTENSITAS%20KOMUNIKASI%20ORANG%20TUA%20TERHADAP	9 Sources	0.3%
190	https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/73065/Pengaruh-faktor-perilaku-konsumen-terhadap-keputusan-penggunaan-i	3 Sources	0.28%
191	http://repository.untag-sby.ac.id/8172/30/DAFTAR%20PUSTAKA.pdf		0.28%
192	https://ijler.umsida.ac.id/index.php/ijler/article/view/396/398	5 Sources	0.28%
193	http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jrbm/article/view/2084/0	6 Sources	0.28%
194	http://repositori.umsu.ac.id/xmlui/handle/123456789/10922?show=full		0.28%
195	https://jurnal.ibmt.ac.id/index.php/jeksekutif/article/download/216/185	5 Sources	0.28%
196	https://www.slideshare.net/fadliejunior/pengaruh-pelatihan-terhadap-kinerja-karyawan-hotel-grand-cempaka-resort-c	3 Sources	0.28%
197	https://es.scribd.com/document/336317736/Skripsi-Full	3 Sources	0.28%

198	https://slidedocuments.org/directory/evaluasikesesua0	2 Sources	0.28%
199	http://repository.radenfatah.ac.id/7877/1/skripsi%20BAB%20I.pdf	6 Sources	0.28%
200	https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/download/17549/16798		0.28%
201	https://jurnal.stikesmus.ac.id/index.php/JKebln/article/download/107/104	3 Sources	0.28%
202	http://repository.unpar.ac.id/handle/123456789/892/discover	10 Sources	0.28%
203	http://repository.unpar.ac.id/handle/123456789/10351?show=full	2 Sources	0.28%
204	https://text-id.123dok.com/document/zpnxmm4y-meningkatkan-kemampuan-penalaran-dan-komunikasi-matematis-si	7 Sources	0.28%
205	http://repository.unimus.ac.id/4249/12/Jurnal%20lmiah.pdf	7 Sources	0.28%
206	https://docobook.com/pengaruh-dimensi-profesionalisme-auditor-terhadap-pertimbang.html	3 Sources	0.28%
207	http://www.jurnal.eka-prasetya.ac.id/index.php/MBEP/article/download/28/22	2 Sources	0.26%
208	http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/PROSNMEB/article/view/3086	3 Sources	0.26%
209	http://repository.binadarma.ac.id/759		0.26%
210	http://www.unkhair.ac.id/downlot.php?file=1.-JURNAL+SCIENTIFIC+MANAJEMEN+Vol+1+No+1+April+2010.pdf	7 Sources	0.26%
211	http://eprints.uny.ac.id/20185/1/Sandi%20Riawan%20Nugroho%2009501244034.pdf		0.26%
212	https://jurnal.unpand.ac.id/index.php/AKS/article/download/1184/1153	7 Sources	0.26%
213	http://jurnal.stieww.ac.id/index.php/jrm/article/download/201/170		0.26%
214	http://repository.usd.ac.id/37320/2/161114060_full.pdf		0.26%
215	http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/45476/1/TIRTO%20FIRMANDI-FEB.pdf	12 Sources	0.26%
216	http://nida_n_adawiyah.staff.gunadarma.ac.id/Publications/files/3807/PENGARUH+RGEC+TERHADAP+RETURN+SAHAM.1	3 Sources	0.23%
217	https://beritajatim.com/ekbis/persaingan-ojol-ini-kata-pengamat		0.23%
218	https://core.ac.uk/display/297706914	8 Sources	0.23%
219	https://gregoryusip.blogspot.com		0.23%

220	http://blog.iain-tulungagung.ac.id/labfebi/wp-content/uploads/sites/114/2021/03/SHELLA-DWI-AGUSTIANI_12405183015_Lapor...	0.23%
221	http://www.ejournal.unmuha.ac.id/index.php/jimma/article/view/896	2 Sources 0.23%
222	http://download.garuda.ristekdikti.go.id/article.php?article=1293679&title=Analisis+Pengaruh+Kualitas+Produk+Citra+Merek+...	0.23%
223	https://id.123dok.com/document/nzwnvngz-pengaruh-kompensasi-eksekutif-keterwakilan-cfo-wanita-dan-karakteristik	5 Sources 0.23%
224	https://ar.scribd.com/doc/61507209/Jurnal-Daya-Saing-1	2 Sources 0.23%
225	https://datasps.wordpress.com/tag/pengaruh	8 Sources 0.23%
226	http://etheses.iainponorogo.ac.id/11085/1/210716018_TIA_EKAWATI_-_Copy%5B1%5D.pdf	10 Sources 0.23%
227	https://www.coursehero.com/file/29486423/3374-Exam3-studyguidedoc	0.23%
228	http://repositori.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/13947/131301076.pdf?isAllowed=y&sequence=1	2 Sources 0.23%
229	http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/SNU/article/download/945/777	0.23%
230	https://www.scribd.com/doc/212222730/Isi-Jurnal-Edisi-Perdana-14-02-2014	6 Sources 0.21%
231	https://text-id.123dok.com/document/y6oe2gz-hubungan-antara-dukungan-orang-tua-dengan-motivasi-belajar-siswa-di-sd-ne...	0.21%
232	http://download.garuda.ristekdikti.go.id/article.php?article=1280506&title=PENGARUH+FAKTOR+INSENTIF+DAN+DISIPLI	5 Sources 0.21%
233	https://jurnaljam.ub.ac.id/index.php/jam/article/download/709/684	0.21%
234	https://core.ac.uk/download/pdf/33514315.pdf	0.21%
235	http://journal.umy.ac.id/index.php/bti/article/download/5465/3867	2 Sources 0.21%
236	http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/10181	0.21%
237	http://repository.iainpare.ac.id/1312/1/14.1100.097.pdf	0.21%
238	http://repository.upi.edu/56986/7/S_PSPI_1607116_Title.pdf	0.21%
239	https://docobook.com/pengaruh-agresivitas-pajak-terhadap-corporate.html	2 Sources 0.21%
240	https://repository.bsi.ac.id/index.php/unduh/item/289643/Jurnal-Istiqhadi_Mei-2019.pdf	2 Sources 0.21%
241	https://michaelisauto.blogspot.com	6 Sources 0.21%

242	https://itdalambidangbisnis.blogspot.com	8 Sources	0.21%
243	https://123dok.com/document/rlzgl7qo-pengaruh-kepribadian-kepuasan-kerja-pegawai-kebudayaan-pariwisata-kabupa	3 Sources	0.21%
244	https://core.ac.uk/download/pdf/287122427.pdf	2 Sources	0.21%
245	https://docobook.com/jurnal-pengaruh-motivasi-kompensasi-dan-disiplin-kerja-terha.html	3 Sources	0.21%
246	https://dinastipub.org/DIJDBM/article/view/135	2 Sources	0.21%
247	https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/12638/TESIS.pdf?isAllowed=y&sequence=2		0.21%
248	http://repository.unpar.ac.id/bitstream/handle/123456789/9723/Bab6%20Daftar%20Pustaka%20-%203215075sc-p.pdf?isAllo...		0.21%
249	https://edoc.site/analisis-multivariat-dan-time-series-dengan-spss-21pdf-pdf-free.html		0.21%
250	http://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php/bisnet/article/view/1004	2 Sources	0.21%
251	http://repository.mahardhika-library.id/1690/3/16310086%20-%20JURNAL%20VEBRI%20FAJAR%20SATRIA.pdf	2 Sources	0.19%
252	http://repository.uinsu.ac.id/10112/1/SKRIPSI%20Wiwin.pdf		0.19%
253	http://Repositori.Usu.Ac.Id/handle/123456789/24203		0.19%
254	https://www.sirclo.com/cara-mengoptimalkan-blog-untuk-bisnis-e-commerce		0.19%
255	https://jurnal.univpgri-palembang.ac.id/index.php/Ekonomika/article/view/3296	2 Sources	0.19%
256	https://ocs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/article/download/45759/28415	2 Sources	0.19%
257	https://contohaku1.blogspot.com/2014/03/skripsi-manajemen-pengaruh-faktor_26.html	2 Sources	0.19%
258	https://id.123dok.com/document/qm3n0d4y-s-pem-chapter.html?page=12&tab=pdf		0.19%
259	https://123dok.com/document/y86olg2q-citra-merek-kualitas-produk-pengaruhnya-produk-kecantikan-wardah.html	4 Sources	0.19%
260	https://fr.scribd.com/doc/24944050/budaya-organisasi	4 Sources	0.19%
261	http://iklanggratisoke.blogspot.com/2013/07/manfaat-iklan-baris-gratis-dalam.html	2 Sources	0.19%
262	http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/51409/1/Achmad%20Rifai.pdf	4 Sources	0.19%
263	https://ardra.biz/sain-teknologi/ilmu-kimia/hukum-termodinamika	6 Sources	0.19%

264	https://www.scribd.com/document/361467173/BAB-4-ari	2 Sources	0.19%
265	http://repository.helvetia.ac.id/224/2/BAB%20I%20-%20BAB%20III.pdf		0.19%
266	https://id.123dok.com/document/zk8epr8z-pengaruh-perusahaan-profitabilitas-kepemilikan-institusional-komisaris-ind	3 Sources	0.19%
267	https://core.ac.uk/download/pdf/294835762.pdf		0.19%
268	https://id.123dok.com/document/yro4jnpy-s-plb-abstract.html	9 Sources	0.19%
Library sources 1			
180	3. Pengaruh Kualitas Akun Twitter	File ID: 57347468 Institution: Sekolah Tinggi Multi Media MMTC	0.35%