

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan penilaian yang telah dilakukan dan dibahas pada Bab 4, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut untuk penelitian ini:

1. Terdapat tujuh faktor yang mempengaruhi kualitas informasi dari suatu situs merek mobil sekaligus merupakan sub-variabel dari kualitas informasi itu sendiri, yakni *relevant*, *reliable*, *complete*, *timely*, *understandable*, *verifiable*, dan *accessible*. Untuk membuat penilaian terhadap kualitas informasi suatu situs merek mobil, maka dilakukan penilaian dengan membuat indikator-indikator yang merupakan operasionalisasi variabel. Ketujuh faktor tersebut dipilih berdasarkan hasil pertimbangan dan seleksi dari berbagai faktor (sub-variabel) yang menjadi faktor pada penelitian-penelitian terdahulu, disesuaikan dengan kebutuhan dan relevansi untuk penilaian pada penelitian ini. Untuk sub-variabel *relevant*, terdapat satu indikator penilaian yaitu mengenai kesesuaian antara spesifikasi produk yang terdapat pada situs dengan spesifikasi produk yang sebenarnya. Untuk sub-variabel *reliable*, terdapat satu indikator penilaian yaitu mengenai adanya pernyataan atau jaminan tertulis bahwa informasi yang tersedia pada situs berasal dari sumber yang dapat dipercaya. Untuk sub-variabel *complete*, terdapat delapan indikator penilaian yaitu mengenai keberadaan daftar lini produk yang dijual, spesifikasi produk (mencakup dimensi, mesin dan transmisi, dan kelengkapan fitur yang dimiliki), ketersediaan brosur produk yang dapat diunduh oleh pengunjung, jaringan *dealer* yang dimiliki, berita dari merek mobil yang bersangkutan, ketersediaan kontak yang dapat dihubungi, mengenai daftar harga produk, mengenai profil dari merek mobil. Untuk sub-variabel *timely*, terdapat satu indikator penilaian yaitu mengenai pembaruan berita yang terdapat pada situs. Untuk sub-variabel *understandable*, terdapat dua indikator penilaian yaitu mengenai penggunaan bahasa dan ketersediaan FAQ (*Frequently Asked Questions*) pada situs. Untuk sub-variabel *verifiable*, terdapat satu indikator penilaian yaitu mengenai adanya pernyataan yang terdapat pada situs bahwa setiap informasi yang dicantumkan atau tertera pada situs dapat dijamin keakuratan dan

kebenarannya. Untuk sub-variabel *accessible*, terdapat dua indikator penilaian yaitu mengenai akses terhadap informasi pada situs dan ketersediaan fitur pencarian pada situs.

2. Terdapat tujuh faktor yang mempengaruhi kinerja dari suatu situs merek mobil sekaligus merupakan sub-variabel dari kinerja itu sendiri, yakni *accessibility, customization & personalization, download speed, errors, security, navigation, dan perceivable*. Untuk membuat penilaian terhadap kinerja suatu situs merek mobil, maka dilakukan penilaian dengan membuat indikator-indikator yang merupakan operasionalisasi variabel. Ketujuh faktor tersebut dipilih berdasarkan hasil pertimbangan dan seleksi dari berbagai faktor (sub-variabel) yang menjadi faktor pada penelitian-penelitian terdahulu, disesuaikan dengan kebutuhan dan relevansi untuk penilaian pada penelitian ini. Untuk sub-variabel *accessibility*, terdapat tiga indikator penilaian yaitu mengenai penggunaan media sosial, akses ke situs menggunakan peramban web atau *browser*, dan *virtual showroom*. Untuk sub-variabel *customization & personalization*, terdapat empat indikator penilaian yaitu mengenai rata-rata jumlah kunjungan ke situs, rata-rata durasi kunjungan di situs, ketersediaan fitur *live chat* pada situs, dan ketersediaan fitur untuk melakukan pembelian produk secara daring. Untuk sub-variabel *download speed*, terdapat satu indikator penilaian yaitu mengenai lamanya waktu mulai dari mengklik tautan situs hingga situs tersebut selesai dimuat atau diunduh. Untuk sub-variabel *security*, terdapat tiga indikator penilaian yaitu mengenai protokol situs, ada atau tidaknya virus pada situs, dan kebijakan privasi pada situs. Untuk sub-variabel *errors*, terdapat satu indikator penilaian yaitu mengenai jumlah tautan dalam situs yang rusak dan tidak dapat diakses. Untuk sub-variabel *navigation*, terdapat dua indikator penilaian yaitu mengenai *path indicator* dan *site map* atau peta situs. Untuk sub-variabel *perceivable*, terdapat lima indikator penilaian yaitu mengenai adanya media berupa video dalam situs, adanya gambar atau foto pada situs sebagai ilustrasi, kelengkapan struktur pada situs, dan adanya kontras tertentu ketika kursor diarahkan ke area tertentu pada situs.
3. Untuk hasil penilaian situs berdasarkan kualitas informasinya, didapatkan hasil yaitu situs Hyundai yang menempati peringkat pertama (dengan

peringkat penjualan kesembilan), disusul oleh BMW dan Mercedes-Benz yang masing-masing menempati peringkat kedua dan ketiga (dengan peringkat penjualan masing-masing ke-12 dan 13), sementara situs Suzuki, DFSK, dan KIA menempati peringkat tiga terbawah (masing-masing peringkat ke-13, 14, dan 15, dengan peringkat penjualannya masing-masing adalah ke-4, 8, dan 10). Kemudian, dari hasil penilaian situs berdasarkan kualitas informasinya ini dapat dilihat bahwa peringkat penjualan tidak berbanding lurus dengan tinggi atau rendahnya kualitas informasi yang disediakan atau dimiliki pada situs. Namun, kelas atau strata dari suatu merek mobil dapat mempengaruhi kualitas informasi pada situsnya di mana semakin premium atau mewah suatu merek mobil, maka akan semakin baik pula kualitas informasi yang dihasilkan dikarenakan merek-merek premium tersebut cenderung menasar segmen atau konsumen dengan kelas menengah ke atas atau atas sehingga perlu untuk menyajikan informasi yang berkualitas pada situsnya dan dapat digunakan dengan efektif sesuai kebutuhan para penggunanya dalam hal ini pengunjung situs. Hal ini dibuktikan dengan situs BMW, Mercedes-Benz, dan Lexus, yang merupakan merek mobil premium, menempati lima besar pada hasil penilaian ini.

4. Untuk hasil penilaian situs berdasarkan kinerjanya, didapatkan hasil yaitu situs Hyundai yang menempati peringkat pertama (dengan peringkat penjualan kesembilan), disusul oleh situs Wuling dan MG yang masing-masing menempati peringkat kedua dan ketiga (dengan peringkat penjualan masing-masing keenam dan ke-14), sementara situs Honda, Toyota, dan Daihatsu menempati peringkat tiga terbawah (masing-masing peringkat ke-13, 14, dan 15, dengan peringkat penjualan masing-masing kelima, pertama, dan kedua). Kemudian, dari hasil penilaian situs berdasarkan kinerjanya ini dapat dilihat bahwa peringkat penjualan suatu merek mobil tidak berbanding lurus dengan kinerja situsnya.
5. Untuk hasil penilaian situs secara keseluruhan (gabungan dari kualitas informasi dan kinerja), didapatkan hasil yakni situs Hyundai yang menempati peringkat pertama (dengan peringkat penjualan kesembilan), disusul oleh situs BMW dan Mercedes-Benz yang masing-masing menempati peringkat kedua dan ketiga (dengan peringkat penjualan masing-masing ke-12 dan

13), sementara itu situs KIA, Mitsubishi, dan Daihatsu menempati peringkat tiga terbawah (masing-masing peringkat ke-13, 14, dan 15, dengan peringkat penjualan masing-masing ke-11, 3, dan 2). Dari hasil penilaian situs secara keseluruhan ini, dapat dilihat bahwa secara keseluruhan peringkat penjualan suatu merek mobil tidak berbanding lurus dengan kualitas informasi dan kinerja dari situsnya.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan penilaian yang telah dilakukan, maka terdapat saran-saran yang ditujukan kepada pihak-pihak sebagai berikut:

1. Calon konsumen dan/atau pelanggan

Setiap calon konsumen dan/atau pelanggan dapat menggunakan penelitian ini sebagai wawasan dan salah satu sarana untuk menentukan keputusan pembelian mobil (bagi calon konsumen). Meski demikian, diharapkan calon konsumen juga mencari berbagai hal lain dan tidak bergantung sepenuhnya hanya kepada penelitian ini.

2. Pelaku bisnis mobil (ATPM)

ATPM dari merek mobil yang menjalankan bisnisnya di Indonesia sebaiknya semakin atau lebih memperhatikan situs yang dimiliki terutama dalam rangka meningkatkan penjualan dalam hal ini dengan cara menarik lebih banyak calon konsumen dan meningkatkan kepuasan para pelanggan. Hal ini dikarenakan kehadiran situs diperkirakan menjadi semakin penting dan dibutuhkan di masa mendatang seiring dengan pesatnya perkembangan digitalisasi. Situs yang memiliki informasi yang berkualitas dan berkinerja baik akan menghadirkan pengalaman yang baik bagi para pengunjung. Kemudian, ATPM perlu untuk secara berkelanjutan mempertahankan bahkan meningkatkan kualitas informasi dan kinerja dari situsnya sembari memperbaiki berbagai kekurangan yang ada seperti yang sudah dipaparkan pada bagian Pembahasan. Diharapkan, dengan informasi yang berkualitas dan baiknya kinerja dari situs ini dapat menjadi contoh bagi pelaku bisnis otomotif lain seperti pelaku bisnis motor (ATPM merek motor) untuk membuat situs web yang baik.

3. Pelaku bisnis secara umum

Para pelaku bisnis secara umum sebaiknya juga memperhatikan situs yang dimiliki terutama dalam rangka meningkatkan penjualan produk dan/atau jasanya dan meningkatkan kepuasan konsumen atau pelanggannya, dengan cara yaitu secara terus-menerus melakukan perbaikan dan peningkatan pada kualitas informasi yang disediakan dan kinerja dari situs sehingga situs yang dimiliki dapat berkontribusi lebih besar terhadap penjualan dan kepuasan pelanggan.

4. Setiap orang yang akan memulai bisnis

Setiap orang yang akan memulai suatu usaha atau bisnis sebaiknya memperhatikan penggunaan situs web sebagai salah satu bagian atau komponen penting dalam mencapai tujuan bisnisnya dikarenakan digitalisasi berkembang semakin pesat di mana penggunaan internet semakin tinggi dan terjadi pergeseran terhadap berbagai aspek dalam bisnis salah satunya pada aspek pemasaran.

5. Peneliti selanjutnya

Untuk para peneliti selanjutnya, sebaiknya dapat menambahkan indikator atau sub-variabel pada penelitian yang akan dilakukan kemudian sehingga penilaian yang dilakukan akan menjadi lebih komprehensif dan akurat.

6. Pengembang situs web (*web developer*)

Para pengembang situs web, terkhusus pengembang situs web ATPM, sebaiknya melakukan evaluasi dan perbaikan serta pengembangan secara berkelanjutan terhadap situs masing-masing sehingga situs akan memiliki kinerja yang lebih optimal dan dapat menghadirkan pengalaman yang lebih baik bagi pengunjung serta membantu pengunjung dalam memperoleh informasi yang diperlukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhi, P. (2020, 10 Mei). *Masih Bingung DFSK Mobil Buatan Mana? Ini Penjelasan Lengkapnya*. Dipetik Februari 18, 2022, dari Cintamobil.com: <https://cintamobil.com/jual-beli/masih-bingung-dfsk-mobil-buatan-mana-ini-penjelasan-lengkapnya-aid9597>
- Adhi, P. (2020, 25 Juli). *Perjalanan dan Sejarah Toyota di Indonesia*. Dipetik Februari 18, 2022, dari Cintamobil.com: <https://cintamobil.com/pengemudian/perjalanan-dan-sejarah-toyota-di-indonesia-aid10902>
- Alamsyah, A. (2018, 20 Juli). *Mengenal Lebih Dekat Brand DFSK Di Indonesia*. Dipetik Februari 18, 2022, dari Cintamobil.com: <https://cintamobil.com/mobil-baru/mengenal-lebih-dekat-brand-dfsk-di-indonesia-aid2087>
- Alshukri, A. (2012, Agustus). Tesis. *Website Boundary Detection via Machine*. Liverpool, Inggris: University of Liverpool.
- APJII. (2021, Juli). *Buletin APJII EDISI 91*. Dipetik Februari 9, 2022, dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia: <https://apjii.or.id/downfile/file/BULETINAPJIIEDISI91Juli2021.pdf>
- Arsyitahadi, A. H. (2014). Skripsi. *Analisis Usability Website Akademik Perguruan Tinggi di Indonesia Menggunakan Metode Electree, Grey Relational Analysis, dan Weighted Product Model*. Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Ayuningtyas, D. (2019, 28 Juni). *KIA di Indonesia: Mobil Timor Sampai ke Pelukan Indomobil*. Dipetik Februari 18, 2022, dari CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/news/20190628112644-4-81319/kia-di-indonesia-mobil-timor-sampai-ke-pelukan-indomobil>
- Budiawan, A. H. (2016, 17 Oktober). *Sejarah Perjalanan Mazda di Indonesia*. Dipetik Februari 18, 2022, dari Medcom.id: <https://www.medcom.id/otomotif/mobil/xkEvLvrK-sejarah-perjalanan-mazda-di-indonesia>
- CNN Indonesia. (2020, 25 Oktober). *Arti Harga Off The Road di Mobil Baru Mercy dan BMW*. Dipetik Juni 11, 2022, dari CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20201024221134-384-562393/arti-harga-off-the-road-di-mobil-baru-mercy-dan-bmw>
- CNN Indonesia. (2020, 26 Maret). *Sejarah Merek Mobil MG dari Inggris Sampai Punya 'KTP' China*. Dipetik Februari 18, 2022, dari CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200326201036-384-487300/sejarah-merek-mobil-mg-dari-inggris-sampai-punya-ktp-china>
- CNN Indonesia. (2022, 18 Januari). *Pabrik Hyundai di Cikarang Mulai Produksi Mobil*. Dipetik Februari 18, 2022, dari CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20220117182859-384-747743/pabrik-hyundai-di-cikarang-mulai-produksi-mobil>

- Febrianto, N. (2019, 24 September). *Sejarah Perjalanan Bisnis BMW*. Dipetik Februari 18, 2022, dari Tagar: <https://www.tagar.id/sejarah-perjalanan-bisnis-bmw>
- Ferlindungan, D. (2020, 30 April). *Sejarah Wuling Motors Indonesia, Menggebrak Sejak 2015*. Dipetik Februari 18, 2022, dari Moladin: <https://moladin.com/blog/sejarah-wuling-motors-indonesia/>
- GAIKINDO. (2021). *Data by Brand 2021*. Dipetik Februari 11, 2022, dari GAIKINDO: <https://www.gaikindo.or.id/indonesian-automobile-industry-data/>
- Ganesan, S. (2013). Tesis. *SMART – An Architecture Framework for Web Applications*. Columbus, Ohio, Amerika Serikat: The Ohio State University.
- Giovani, M. (2019). Skripsi. *Identifikasi Orientasi Kewirausahaan Pengusaha Bakso di Semarang*. Semarang, Jawa Tengah, Indonesia: Universitas Katolik Soegijapranata.
- Hadi, D. (2019, 9 April). *Infografis Sejarah KIA: Terbit Di Asia, Sempat Tenggelam Diterjang Krisis Moneter*. Dipetik Februari 18, 2022, dari Carmudi Indonesia: <https://www.carmudi.co.id/journal/infografis-sejarah-kia-terbit-di-asia-sempat-tenggelam-diterjang-krisis-moneter/>
- Hadi, D. (2019, 26 Maret). *Infografis: Sejarah Honda Di Indonesia, Konsisten Produksi Hatchback Terbaik*. Dipetik Februari 18, 2022, dari Carmudi Indonesia: <https://www.carmudi.co.id/journal/sejarah-honda-di-indonesia/>
- Hadi, D. (2019, 1 April). *Infografis: Sejarah Hyundai, Eksistensi Mobil Negeri Gingseng*. Dipetik Februari 18, 2022, dari Carmudi Indonesia: <https://www.carmudi.co.id/journal/infografis-sejarah-hyundai-eksistensi-mobil-negeri-gingseng/>
- Hadi, D. (2019, 29 Maret). *Infografis: Sejarah Nissan, Dari Beli Datsun Hingga Rangkul Mitsubishi*. Dipetik Februari 18, 2022, dari Carmudi Indonesia: <https://www.carmudi.co.id/journal/infografis-sejarah-nissan-indonesia/>
- Hadi, D. (2019, 27 Maret). *Infografis: Sejarah Suzuki Di Dunia Dan Indonesia, Bermula Dari Mesin Tenun*. Dipetik Februari 18, 2022, dari Carmudi Indonesia: <https://www.carmudi.co.id/journal/infografis-sejarah-suzuki-di-indonesia/>
- Hanifah, R. (2016). Perangkingan Usability Website Menggunakan Metode Multiple Criteria Decision Analysis. *Jurnal TICOM Vol. 5 No. 1 September*, 7-15.
- Hanifah, R. (2017, 31 Januari). *Jurnal TICOM Vol. 5 No. 1 September. Mengukur Performance Website Menggunakan Metode Multiple Criteria Decision Analysis*, 7-15.
- Haryadi, S. C. (2020). Skripsi. *Pemilihan Aplikasi Akuntansi Berbasis Cloud sebagai Media Pembelajaran Berdasarkan Metode SQuaRE*. Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia: Universitas Sanata Dharma.
- Hasan, L., & Abuelrub, E. (2010). *Applied Computing and Informatics. Assessing The Quality of Web Sites*, 11-29.

- Herman. (2020, 20 Januari). *Kreta Indo Artha Ingin Kembalikan Kejayaan KIA di Indonesia*. Dipetik Februari 18, 2022, dari BeritaSatu.com: <https://www.beritasatu.com/otomotif/596204/kreta-indo-artha-ingin-kembalikan-kejayaan-kia-di-indonesia>
- Kambey, D. J., & Sitokdana, M. (2020). Seminar Nasional Teknologi Komputer & Sains (SAINTEKS). *Evaluasi Kualitas Informasi Situs Web Pemerintah Kota Bitung*, 7-12.
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2021, 16 November). *Sektor Otomotif Berkontribusi Besar Tingkatkan Keyakinan Berusaha di Sektor Industri*. Dipetik Juli 11, 2022, dari Kementerian Perindustrian Republik Indonesia: <https://www.kemenperin.go.id/artikel/22939/Sektor-Otomotif-Berkontribusi-Besar-Tingkatkan-Keyakinan-Berusaha-di-Sektor-Industri>
- Kurniawan, R. (2020, 29 Mei). *Tutup Pabrik, Nissan Pastikan Tak Henggang dari Indonesia*. Dipetik Februari 18, 2022, dari KOMPAS.com: <https://otomotif.kompas.com/read/2020/05/29/170042915/tutup-pabrik-nissan-pastikan-tak-henggang-dari-indonesia?page=all>
- Kusnandar, V. B. (2021, 14 Oktober). *Pengguna Internet Indonesia Peringkat ke-3 Terbanyak di Asia*. Dipetik Februari 9, 2022, dari Databoks Katadata: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/14/pengguna-internet-indonesia-peringkat-ke-3-terbanyak-di-asia>
- Lexus. (t.thn.). *The History of Lexus*. Dipetik Februari 18, 2022, dari Lexus USA Newsroom: <https://pressroom.lexus.com/history-lexus/>
- Monash Business School. (2018). *Zero Moment of Truth (ZMOT)*. Dipetik Juli 13, 2022, dari Monash Business School - Monash University: <https://www.monash.edu/business/marketing/marketing-dictionary/z/zero-moment-of-truth-zmot>
- Nugroho, R. S. (2021, 24 September). *Sejarah Honda Lahir 24 September 1948*. Dipetik Februari 18, 2022, dari Kompas.com: <https://www.kompas.com/tren/read/2021/09/24/103742365/sejarah-honda-lahir-24-september-1948?page=all>
- Panji, R. (2019, 22 Maret). *Infografis: Sejarah Mitsubishi Di Dunia Dan Indonesia*. Dipetik Februari 18, 2022, dari Carmudi Indonesia: <https://www.carmudi.co.id/journal/infografis-sejarah-mitsubishi-di-dunia-dan-indonesia/>
- Panji, R. (2019, 21 Januari). *Sejarah Mercedes Benz Beserta Kode Mobilnya*. Dipetik Februari 18, 2022, dari Carmudi Indonesia: <https://www.carmudi.co.id/journal/sejarah-mercedes-benz/>
- Pikiran Rakyat. (2018, 6 Oktober). *Sejarah Singkat Daihatsu di Indonesia*. Dipetik Februari 18, 2022, dari Pikiran Rakyat: <https://www.pikiran-rakyat.com/otomotif/pr-01301774/sejarah-singkat-daihatsu-di-indonesia-430975>
- Raharja, E. (2020, 5 November). *Sejarah Panjang Daihatsu Bermula Dari Kendaraan Roda Tiga*. Dipetik Februari 18, 2022, dari Medcom.id:

<https://www.medcom.id/otomotif/mobil/5b2e7qaN-sejarah-panjang-daihatsu-bermula-dari-kendaraan-roda-tiga>

- Rasool, T., Warraich, N. F., & Rorissa, A. (2020). Citizens' Assessment of The Information Quality of E-Government Websites in Pakistan. *Global Knowledge, Memory and Communication*, 189-205.
- Ravel, S. (2022, 1 Januari). *Peran Penting Industri Otomotif bagi Perekonomian Nasional*. Dipetik Juli 11, 2022, dari Kompas.com: <https://otomotif.kompas.com/read/2022/04/01/091200215/peran-penting-industri-otomotif-bagi-perekonomian-nasional>
- Redaksi detikOto. (2014, 2 Mei). *Sejarah BMW di Indonesia*. Dipetik Februari 18, 2022, dari detikOto: <https://oto.detik.com/mobil/d-2571045/sejarah-bmw-di-indonesia>
- Redaksi kumparanOTO. (2021, 10 April). *50 Tahun Toyota Indonesia: Dari Produsen Mobil Bak hingga Elektrifikasi*. Dipetik Februari 18, 2022, dari Kumparan: <https://kumparan.com/kumparanoto/50-tahun-toyota-indonesia-dari-produsen-mobil-bak-hingga-elektrifikasi-1vWNytyydRX/full>
- Rizkinaswara, L. (2020, 28 Januari). *Revolusi Industri 4.0*. Dipetik Februari 9, 2022, dari Ditjen Aptika Kemkominfo: <https://aptika.kominfo.go.id/2020/01/revolusi-industri-4-0/>
- RO. (2020, 19 September). *Menengok Sejarah Merek Mobil MG*. Dipetik Februari 18, 2022, dari Media Indonesia: <https://mediaindonesia.com/otomotif/346117/menengok-sejarah-merek-mobil-mg>
- RO. (2020, 9 Oktober). *Sejarah Singkat Mercedes-Benz di Indonesia*. Dipetik Februari 18, 2022, dari Media Indonesia: <https://mediaindonesia.com/otomotif/351434/sejarah-singkat-mercedes-benz-di-indonesia>
- Romney, M. B., & Steinbart, P. J. (2018). *Accounting Information Systems, Fourteenth Edition*. Essex: Pearson Education Limited.
- Sag, F. (2020, 29 Februari). *Prinsipal Turun Tangan, Pabrik Lama Hyundai di Indonesia Bakal Jadi Produsen Umum*. Dipetik Februari 18, 2022, dari Cintamobil.com: <https://cintamobil.com/pasar-mobil/prinsipal-turun-tangan-pabrik-lama-hyundai-di-indonesia-bakal-jadi-produsen-umum-aid8364>
- Saputra F., B. D., Ardianti, F., & Permana A., O. S. (2013-2014). Tinjauan tentang Keberadaan Agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM) di Industri Otomotif Indonesia. *Privat Law*, 78.
- Sari, D. P. (2015, 29 Maret). *Pabrik Mitsubishi senilai Rp6,6 Triliun Mulai Dibangun*. Dipetik Februari 18, 2022, dari Otomotif Bisnis.com: <https://otomotif.bisnis.com/read/20150329/275/417026/pabrik-mitsubishi-senilai-rp66-triliun-mulai-dibangun>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business*. Chichester: Wiley.

- Suhartono, A. (2007, 7 November). *Brand Mobil Mewah Lexus Resmi Hadir di Indonesia*. Dipetik Februari 18, 2022, dari OkeOtomotif: <https://otomotif.okezone.com/read/2007/11/07/52/59200/brand-mobil-mewah-lexus-resmi-hadir-di-indonesia>
- Suhendra, D. K. (2015, 23 Agustus). *Siapa Sih Wuling Itu?* Dipetik Februari 18, 2022, dari DetikOto: <https://oto.detik.com/mobil/d-2998933/siapa-sih-wuling-itu>
- Sylviana, M. (2017). Skripsi. *Analisis Kinerja Sistem Informasi pada Website Perguruan Tinggi (Studi Deskriptif pada 50 Website Perguruan Tinggi)*. Bandung, Jawa Barat, Indonesia: Universitas Katolik Parahyangan.
- Villota, A. L. (2009). Tesis. *Usability of Websites*. Birmingham, Inggris: The University of Birmingham.
- Wiangga, L. S. (2015, 2 Mei). *Ingin Tahu Fakta Tentang Nissan Motor Indonesia? Simak Informasinya*. Dipetik Februari 18, 2022, dari Otomotif Bisnis.com: <https://otomotif.bisnis.com/read/20150502/46/428935/ingin-tahu-fakta-tentang-nissan-motor-indonesia-simak-informasinya>
- Wind, J. Y. (2011, 5 Agustus). *Google's Jim Lecinski on What the 'Zero Moment of Truth' Means for Marketers*. Dipetik Juli 13, 2022, dari Knowledge at Wharton: <https://knowledge.wharton.upenn.edu/article/googles-jim-lecinski-on-what-the-zero-moment-of-truth-means-for-marketers/>
- Zakky. (2022, 27 Januari). *Pengertian Informasi | Definisi, Fungsi, Ciri-Ciri, Jenis-Jenisnya [Lengkap]*. Dipetik Februari 9, 2022, dari ZonaReferensi.com: <https://www.zonareferensi.com/pengertian-informasi/>