

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. a. Konsumen mempersepsikan positif *user experience* Elevenia yang ditandai dengan:
 - Sebagian besar responden memberikan penilaian positif terhadap variabel *value* Elevenia yang ditunjukkan dengan jawaban setuju pada seluruh bagian pertanyaan yang terdiri dari, Berbagai fungsi dari Aplikasi Elevenia terintegrasi (terpadu) dengan baik dan Aplikasi Elevenia memenuhi keinginan saya berbelanja secara *online*. Artinya pengguna setuju bahwa fungsi dari *Mobile Application* Elevenia terintegrasi (terpadu) dengan baik. Terintegrasi artinya terhubung antara fungsi yang satu dengan fungsi yang lainnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengguna *Mobile Application* Elevenia menilai bahwa antara fungsi yang satu dengan fungsi yang lainnya saling terhubung dengan baik. Artinya, keberfungsian *Mobile Application* Elevenia dipandang baik oleh penggunanya. Pengguna juga setuju bahwa *Mobile Application* Elevenia dapat memenuhi keinginan pengguna untuk berbelanja secara *online*.
 - Pernyataan pertama dan kedua dari dimensi *adoptability* Elevenia mendapatkan penilaian kurang setuju oleh penggunanya. Pernyataan tersebut yaitu, Memiliki Aplikasi Elevenia adalah suatu keharusan dan Saya merasa bangga menggunakan Aplikasi Elevenia. Pernyataan pertama dan kedua berhubungan dengan kredibilitas. Penulis meyakini pengguna memberikan penilaian kurang setuju pada dua pernyataan tersebut karena *Mobile Application* Elevenia masih sering mengalami *error*, *bugs*, dan sulit untuk menghubungi penjual. Hal ini penulis jumpai pada bagian *reviews* yang ada pada *Google Play* dan *App Store*. Pada kolom *reviews* dapat dijumpai beberapa pengguna kecewa dengan *Mobile*

Application Elevenia karena sering terjadi *error*, *bugs*, dan kesulitan menghubungi penjual. Hal ini yang penulis yakini yang membuat pengguna memberikan penilaian kurang setuju pada pernyataan pertama dan kedua pada dimensi *adoptability*. Pernyataan ketiga dan keempat mendapatkan penilaian setuju dari pengguna. Untuk pernyataan ketiga, pengguna cukup megetikkan Elevenia pada *Google Play* dan *App Store* maka *Mobile Application* Elevenia akan langsung ditemukan. Untuk pernyataan keempat, pengguna dapat terhubung dengan penjual melalui Q&A yang ada pada *Mobile Application* Elevenia.

- Sebagian besar konsumen memberikan penilaian positif terhadap variabel *desirability* yang ditunjukkan dengan jawaban setuju pada delapan pernyataan dari sembilan pernyataan yang ada. Artinya konsumen setuju desain yang dimiliki oleh *Mobile Application* Elevenia inovatif. Untuk pernyataan nomor tujuh yaitu, Aplikasi Elevenia mengagumkan. Pengguna memberikan penilaian kurang setuju pada pernyataan tersebut. Aplikasi yang mengagumkan berkaitan dengan seberapa menyenangkan suatu aplikasi (*engaging*). Proses *engaging* dimulai ketika pengguna pertama kali menggunakan suatu aplikasi. Masalah *error*, aplikasi yang tidak responsif, tidak *user friendly*, kesulitan *sign up*, kesulitan *check out*, terganggu dengan iklan-iklan yang ada, sering terjadi *crash* yang pengguna alami inilah yang membuat pengguna memberikan penilaian kurang setuju pada pernyataan ketujuh. Masalah-masalah tersebut juga penulis alami ketika pertama kali menggunakan *Mobile Application* Elevenia. Ketika pengguna membuka *Mobile Application* Elevenia untuk pertama kali, aplikasi membutuhkan waktu beberapa detik untuk memunculkan halaman utamanya, kemudian setelah beberapa saat tetap tidak muncul juga dan akhirnya pengguna keluar dari aplikasi dan mencoba masuk lagi, barulah aplikasi dapat berjalan. Pada saat mencari barang juga terkadang sering terjadi *error* dan aplikasi bukannya menampilkan barang yang dicari tetapi malah menampilkan halaman *error*.

- Sebagian besar responden memberikan penilaian positif terhadap variabel *usability* Elevenia yang ditunjukkan dengan jawaban setuju pada seluruh bagian pertanyaan yang terdiri dari Saya belajar menggunakan Aplikasi Elevenia dengan cepat, Saya mudah mengingat bagaimana cara menggunakan Aplikasi Elevenia, Sangat mudah belajar menggunakan Aplikasi Elevenia, Saya mudah menemukan informasi yang dibutuhkan dalam Aplikasi Elevenia, Menu pada Aplikasi Elevenia memberikan kemudahan pencarian bagi pengguna aplikasi, Warna dari Aplikasi Elevenia menarik bagi saya. Artinya, konsumen setuju bahwa *Mobile Application* Elevenia mudah untuk dipelajari.
- b. Konsumen mempersepsikan positif *user experience* Shopee yang ditandai dengan:
- Sebagian besar responden memberikan penilaian positif terhadap variabel *value* Shopee yang ditunjukkan dengan jawaban setuju pada seluruh bagian pertanyaan yang terdiri dari Berbagai fungsi dari Aplikasi Elevenia terintegrasi (terpadu) dengan baik dan Aplikasi Elevenia memenuhi keinginan saya berbelanja secara *online*. Artinya, antara fungsi satu dengan fungsi lainnya yang ada pada *Mobile Application* Shopee saling terhubung dengan baik dan *Mobile Application* Shopee dapat memenuhi keinginan pengguna untuk berbelanja secara *online*.
 - Sebagian besar responden memberikan penilaian positif terhadap variabel *adoptability* Shopee yang ditunjukkan dengan jawaban setuju pada tiga pernyataan dan jawaban sangat setuju pada satu pernyataan dari total empat pernyataan. Artinya pengguna merasa Shopee adalah *marketplace* yang kredibel, pengguna bangga dengan *Mobile Application* Shopee, *Mobile Application* Shopee mudah ditemukan untuk di-*install*, dan pengguna dapat cepat terhubung dengan penjual melalui *Mobile Application* Shopee.
 - Sebagian besar responden memberikan penilaian positif terhadap variabel *desirability* Shopee yang ditunjukkan dengan jawaban setuju pada seluruh pernyataan yang diberikan yang terdiri dari sembilan pernyataan. Artinya desain yang dimiliki oleh *Mobile Application* Shopee inovatif dan *Mobile*

Application Shopee berguna dalam kegiatan berbelanja secara *online* pengguna.

- Sebagian besar responden memberikan penilaian positif terhadap variabel *usability* Shopee yang ditunjukkan dengan jawaban setuju pada seluruh pernyataan yang diberikan yang terdiri dari enam pernyataan. Artinya *Mobile Application* Shopee mudah untuk dipelajari dan pengguna dapat dengan cepat belajar menggunakan *Mobile Application* Shopee.

2. a. Kontribusi variabel X (*user experience*) dalam menjelaskan variansi variabel Y (kepuasan merek Elevenia) yaitu sebesar 82% sedangkan 18% merupakan kontribusi faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini. Nilai pada kolom R menunjukkan korelasi antara seluruh variabel independen dengan variabel dependennya, yaitu sebesar 0,908 yang berarti bahwa variabel *value* (X1) dan *desirability* (X3) mempunyai hubungan yang sangat kuat dengan variabel kepuasan merek (Y).

b. Kontribusi variabel X (*user experience*) dalam menjelaskan variansi variabel Y (kepuasan merek Shopee) yaitu sebesar 78% sedangkan 22% merupakan kontribusi faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini. Nilai pada kolom R menunjukkan korelasi antara seluruh variabel independen dengan variabel dependennya, yaitu sebesar 0,886 yang berarti bahwa variabel *desirability* (X3) dan *usability* (X4) mempunyai hubungan yang sangat kuat dengan variabel kepuasan merek (Y).

5.2. Saran

Saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Elevenia perlu membangun kredibilitasnya sehingga dipersepsikan kredibel oleh penggunanya. Kredibilitas adalah kondisi atau keadaan yang dapat dipercaya dan dapat dipertanggung jawabkan sebagaimana mestinya dengan kata lain adalah tepat janji. Dalam hal ini Elevenia perlu memastikan aplikasi dapat digunakan sebagaimana

mestinya (tanpa permasalahan seperti *error*, *bugs*, kesulitan *check out*, dan lain-lain) dan memastikan promo-promo seperti *voucher* yang dibagikan dapat digunakan sebagaimana mestinya. Elevenia juga perlu memastikan bahwa pengguna dapat terhubung dengan penjual dengan cepat dan tanpa perlu membuat penggunanya khawatir akan keberadaan barang setelah pengguna melakukan pembayaran. Dalam hal ini, penulis rasa Elevenia dapat mencontoh Shopee yang memiliki fitur *chat* pada *Mobile Application* Shopee sehingga pengguna tidak dibuat khawatir lagi dengan keberadaan barang yang sudah dibelinya.

- Elevenia harus membuat aplikasi yang *engaging*, proses *engaging* dimulai dari pertama kali pengguna menggunakan aplikasi. Ketika pengalaman pertama pengguna tidak menyenangkan maka proses *engaging* dapat dikatakan tidak berjalan dengan baik. Artinya Elevenia perlu memastikan ketika pengguna pertama kali menggunakan *Mobile Application* Elevenia pengguna merasakan pengalaman yang menyenangkan. Dalam hal ini Elevenia perlu memperbaiki aplikasinya dalam hal *user interface* karena dari hasil *preliminary research user interface* banyak dikeluhkan oleh penggunanya.
- Alasan-alasan konsumen untuk berbelanja secara *online* diantaranya adalah lebih nyaman, bisa kapan saja, mudah, produk yang tersedia lengkap, informasi yang tertera jelas, mudah untuk membandingkan harga, dan banyak potongan atau *promo*. Elevenia perlu memperhatikan hal-hal tersebut jika ingin bersaing dalam industri *e-commerce* ketika salah satu alasan tersebut tidak diperhatikan dengan baik, bukan tidak mungkin pengguna akan berpindah kepada *e-commerce* yang lain. Karena *switching cost* yang dikeluarkan oleh pengguna untuk berpindah dari satu *e-commerce* ke *e-commerce* yang lain hampir dikatakan tidak ada.

DAFTAR PUSTAKA

- 9241-11, I. (2018). ISO 9241-11. *Ergonomics of human-system interaction -- Part 11: Usability: Definitions and concepts*. Retrieved Mei 23, 2018, from <https://www.iso.org/standard/16883.html>
- 9241-210, I. (2010). ISO 9241-210. Retrieved Mei 21, 2018, from <https://www.iso.org/standard/52075.html>
- Aaker, D. A., Kumar, V., Leone, R., & Day, G. S. (2011). *Marketing Research* (10th ed.). New York: John Wiley & Sons. Retrieved Mei 23, 2018
- Alsagoff, N. (2016, April 8). *doku.com*. Retrieved Januari 31, 2018, from Menilik Perilaku Konsumen eCommerce Indonesia: <https://doku.com/id/blog/single/12/menilik-perilaku-konsumen-ecommerce-indonesia>
- Aryanto, A. (2018, Januari 23). *www.wartaekonomi.co.id*. Retrieved Februari 23, 2018, from Bola Salju Ekonomi Digital: <https://www.wartaekonomi.co.id/read168341/bola-salju-ekonomi-digital.html>
- Association, M. M. (2008). *Mobile Applications*. Canada. Retrieved Juli 14, 2018, from <https://www.mmaglobal.com/files/mobileapplications.pdf>
- Ayuwuragil, K. (2017, Agustus 24). *www.cnnindonesia.com*. Retrieved Februari 1, 2018, from XL Lepas Saham Dari Elevenia : <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20170824160811-185-237048/xl-lepas-saham-dari-elevenia>
- blog.elevenia.co.id*. (2015). Retrieved Februari 23, 2018, from Elevenia E-commerce dengan Pertumbuhan Tercepat dalam 8 Bulan: <http://blog.elevenia.co.id/siaran-pers-elevenia-e-commerce-dengan-pertumbuhan-tercepat-dalm-8-bulan/>
- Buyens, J. (2001, Juli 2). *Web Database Development*. Jakarta, Indonesia: Elex Media Komputindo. Retrieved Mei 20, 2018
- Chaffey, D. (2009). E-Business and E-Commerce Management Strategy, Implementation and Practice. In D. Chaffey, *E-Business and E-Commerce Management Strategy, Implementation and Practice* (4th ed., p. 10). Harlow, England: Prentice Hall. Retrieved April 11, 2018, from <https://geomart25.files.wordpress.com/2014/05/dave-chaffey-e-business-and-e-commerce-management-strategies-4th-ed-qwerty80.pdf>

- dotugo.com*. (2017). Retrieved Februari 23, 2018, from Customer Experience vs User Experience : Mengapa dua hal yang berbeda?: <http://www.dotugo.com/blog/100-website-design/568-customer-experience-vs-user-experience-mengapa-dua-hal-yang-berbeda.html>
- eprints.undip.ac.id. (n.d.). ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA . Retrieved Mei 23, 2018, from http://eprints.undip.ac.id/6361/1/ANALISIS_REGRESI_LINEAR_BERGANDA.pdf
- Feng, C. (2016, Agustus). *www.gulalives.co*. Retrieved Mei 24, 2018, from Inilah Alasan Shopee Bidik Pasar Anak Muda: <https://www.gulalives.co/inilah-alasan-shopee-bidik-pasar-anak-muda/>
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang. Retrieved Mei 23, 2018
- Gianov, I. (2017, Desember 16). *glints.id*. Retrieved Maret 30, 2018, from 7 Ecommerce Indonesia Terpopuler untuk Tujuan Kariermu Berikutnya: <https://glints.id/lowongan/ecommerce-indonesia-terpopuler/>
- Guo, F. (2012, April 24). *www.uxmatters.com*. Retrieved Mei 21, 2018, from More Than Usability: The Four Elements of User Experience, Part I: <https://www.uxmatters.com/mt/archives/2012/04/more-than-usability-the-four-elements-of-user-experience-part-i.php>
- Hafiz, M. P. (2017, Juni 12). *marketeers.com*. Retrieved Maret 30, 2018, from Cara J&T Express dan Shopee Bangun Komunitas: <http://marketeers.com/bangun-komunitas-jt-express-dan-shopee-roadshow-9-kota/>
- Hartomo, G. (2017, Oktober 31). *economy.okezone.com*. Retrieved Januari 31, 2018, from Teknologi Berkembang Pesat, OJK: Industri Harus Cepat Beradaptasi Melalui Inovasi!: <https://economy.okezone.com/read/2017/10/31/320/1805614/teknologi-berkembang-pesat-ojk-industri-harus-cepat-beradaptasi-melalui-inovasi>
- Hassenzahl, M., & Tractinsky, N. (2006, April). User experience – a research agenda. *Behaviour & Information Technology*, 25(2), 91-97. doi:<http://dx.doi.org/10.1080/01449290500330331>
- Hassenzahl, M., Platz, A., Burmester, M., & Lehner, K. (2000, April). Hedonic and Ergonomic Quality Aspects Determine a Software's Appeal. *Corporate Technology - User Interface Design, Siemens AG*, 2(1), 201-208. Retrieved Mei 3,

2018, from http://delivery.acm.org/10.1145/340000/332432/p201-hassenzahl.pdf?ip=180.253.231.143&id=332432&acc=ACTIVE%20SERVICE&key=CB7B71C8A2C31385%2E18DEC3E5D9CB506C%2E4D4702B0C3E38B35%2E4D4702B0C3E38B35&__acm__=1525364211_4af63d7a62fdcf703bdc53f92273ab05

Hellier, P. K., Geursen, G. M., Carr, R. A., & Rickard, J. A. (2003). Customer repurchase intention: A general structural equation model. Retrieved Mei 21, 2018, from <https://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/03090560310495456>

help.shopee.co.id. (n.d.). Retrieved Maret 30, 2018, from Apa Ketentuan Promo Gratis Ongkir?: <https://help.shopee.co.id/hc/id/articles/115007905908-Apa-ketentuan-Program-Gratis-Ongkir->

help.shopee.co.id. (2017). Retrieved Mei 23, 2018, from Apa Ketentuan Program Gratis Ongkir?: <https://help.shopee.co.id/hc/id/articles/115007905908-Apa-ketentuan-Program-Gratis-Ongkir->

Hendrianto, D. E. (2014). Pembuatan Sistem Informasi Perpustakaan Berbasis Website Pada Sekolah Menengah Pertama Negeri 1 Donorojo Kabupaten Pacitan. *Indonesian Journal on Networking and Security*, 3(4), 59. Retrieved Maret 3, 2018, from <http://www.ijns.org/journal/index.php/ijns/article/viewFile/288/282>

Jeko. (2015, Desember 1). *www.liputan6.com.* Retrieved Maret 30, 2018, from Shopee, Aplikasi Belanja Online C2C Meluncur di Indonesia: <http://www.liputan6.com/tekno/read/2379136/shopee-aplikasi-belanja-online-c2c-meluncur-di-indonesia>

Julaikah, E. (2016, Mei 28). *www.kompasiana.com.* Retrieved Januari 31, 2018, from Manfaat Teknologi Informasi di Bidang Bisnis : https://www.kompasiana.com/emijulaikah/manfaat-teknologi-informasi-di-bidang-bisnis_57492108337b61ad0f7fa86a

Kienan, B. (2001). *E-commerce untuk Perusahaan Kecil.* Jakarta, Jakarta, Indonesia: PT. Elex Media Komputindo. Retrieved Mei 20, 2018

Kotler, P., & Keller, K. L. (2011). *Marketing Management* (14 ed.). Pearson. Retrieved Juli 15, 2018, from http://socioline.ru/files/5/283/kotler_keller_-_marketing_management_14th_edition.pdf

Kure, E. (2016, Desember 23). *www.beritasatu.com.* Retrieved Januari 31, 2018, from 2017, Transformasi Digital Tumbuh Pesat:

<http://www.beritasatu.com/ipitek/406002-2017-transformasi-digital-tumbuh-pesat.html>

Levy, J. (2017, Maret). *keepitusable.com*. Retrieved Mei 3, 2018, from How do you feel? Understanding emotions to craft satisfying experiences: <http://www.keepitusable.com/blog/understanding-emotions-to-craft-satisfying-experiences/>

Levy, J. (2017, Maret). *keepitusable.com*. Retrieved Mei 4, 2018, from 12 reasons to invest in UX: <http://www.keepitusable.com/blog/12-reasons-to-invest-ux/>

Malcampo, G. P., & Hamel, P. (2016, Maret). *pier2marketing.com*. Retrieved Mei 4, 2018, from Why is User Experience key: <https://pier2marketing.com/creative/why-ux-is-key/>

marketing.co.id. (2015, Januari 14). Retrieved Januari 31, 2018, from Elevenia Maksimalkan Channel Promosi: <https://marketing.co.id/elevenia-maksimalkan-channel-promosi/>

Maulana, R. (2018, Februari 8). *id.techinasia.com*. Retrieved 3 30, 2018, from Tren Perilaku Konsumen Belanja Online Indonesia Tahun 2018 Menurut iPrice: <https://id.techinasia.com/tren-perilaku-konsumen-online-indonesia-menurut-iprice>

Melwin, S. D. (2007). *Mengenal Hardware-Software dan Pengelolaan Instalasi Komputer*. Yogyakarta: Andi. Retrieved Mei 18, 2018

Munthe, R. D., Brata, K. C., & Fanani, L. (2018, Juli). Analisis User Experience Aplikasi Mobile Facebook (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Brawijaya). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 2(7), 2679-2688. Retrieved Juni 7, 2018, from j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/download/1672/619/

Obe, D. C. (2018, Januari 5). *enable.com*. Retrieved Mei 4, 2018, from Users often decide in just a few seconds: <https://enable.com/blog/ux-design/?amp>

Octaviani, A. (2016, Desember 13). PENGARUH ISYARAT INTRINSIK, ISYARAT EKSTRINSIK, DAN SIKAP KONSUMEN KOTA BANDUNG TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKANAN PRIVATE LABEL DI YOGYA, CARREFOUR DAN GIANT. Bandung, Jawa Barat, Indonesia: Universitas Katolik Parahyangan. Retrieved Mei 27, 2018

- Pertiwi, I. (2015, November 19). *www.techno.id*. Retrieved Januari 31, 2018, from Incar pasar anak muda, Elevenia optimis tingkatkan penjualan: <https://www.techno.id/startup/incar-pasar-anak-muda-elevenia-optimis-tingkatkan-penjualan-1511191.html>
- Pradana, M. (2015, Desember). KLASIFIKASI JENIS-JENIS BISNIS E-COMMERCE DI INDONESIA. *Jurnal Neo-bis*, 9(2), 32-40. Retrieved Mei 21, 2018, from <http://download.portalgaruda.org/article.php?article=433592&val=7695&title=KLASIFIKASI%20JENIS-JENIS%20BISNIS%20E-COMMERCE%20%20DI%20INDONESIA>
- Prasatya, A. (2017, Desember 31). *inet.detik.com*. Retrieved Januari 31, 2018, from Persaingan e-Commerce Indonesia di 2017, Siapa Terpopuler?: <https://inet.detik.com/cyberlife/d-3793019/persaingan-e-commerce-indonesia-di-2017-siapa-terpopuler>
- Pressman. (2002, Maret 27). *Rekayasa Perangkat Lunak : Pendekatan Praktisi (Buku 1)*. Andi. Retrieved Mei 18, 2018
- Purbo, O. W. (2000). Mekanisme Pembayaran di Internet untuk ECommerce. Retrieved Mei 21, 2018, from <http://www.ecommerce.com>
- Purbo, O. W., Wahyudi, & Arif, A. (2001). *Mengenal E-commerce (2 ed.)*. Jakarta, Jakarta, Indonesia: PT Elex Media Komputindo. Retrieved Mei 20, 2018
- Putri, A., Lestari, R. I., Diraga, E., & Fransisca, P. (2011). Industri Mobile Application di Indonesia . Retrieved Mei 29, 2018, from <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0ahUKEwiYsuvig5TbAhXDgI8KHZ8XCAUQFggsMAA&url=http%3A%2F%2Felisa.ugm.ac.id%2Fuser%2Farchive%2Fdownload%2F22452%2F3s7o2tcq3cusfr4hnusf207it7&usq=AOvVaw2dDIi28oVLwHsAxZ1GJ9h2>
- Quthni, D. (2006). <http://www.piksiinputserang.ac.id>. Retrieved Mei 21, 2018, from <http://www.piksiinputserang.ac.id>
- Rastogi, V., Tamboto, E., & Tong, D. (2013, Maret 5). *www.bcg.com*. Retrieved Mei 24, 2018, from Indonesia's Rising Middle-Class and Affluent Consumers: <https://www.bcg.com/publications/2013/center-consumer-customer-insight-consumer-products-indonesias-rising-middle-class-affluent-consumers.aspx>

- Ross, J. (2014, Januari). The Business Value of User Experience. *D3 Infragistics Services Journal*, 1-12. Retrieved Mei 3, 2018, from http://d3.infragistics.com/wp-content/uploads/2015/07/The_Business_Value_of_User_Experience1.pdf
- Sahin, A., Zehir, C., & Kitapçı, H. (2011). The Effects of Brand Experiences, Trust and Satisfaction on Building Brand. 1288-1301. Retrieved Mei 21, 2018
- sbm.binus.ac.id*. (2015, November 20). Retrieved Mei 27, 2018, from UJI ASUMSI KLASIK (UJI MULTIKOLINEARITAS) : <https://sbm.binus.ac.id/2015/11/20/uji-asumsi-klasik-uji-multikolinearitas/>
- Scolari, C. A., Aguado, J. M., & Feijóo, C. (2012, April). Mobile Media: Towards a Definition and Taxonomy of Contents and Applications *http*. 6(2), 36. doi:<http://dx.doi.org/10.3991/ijim.v6i2.1880>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research Methods for Business* (6th ed.). Chicester, Inggris: John Wiley & Sons. Retrieved Mei 22, 2018
- Semiawan, C. R. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta, Indonesia: Grasindo. Retrieved Mei 22, 2018, from https://books.google.co.id/books?id=dSpAlXuGUCUC&printsec=frontcover&dq=inauthor:%22Prof.+Dr.+Conny+R.+Semiawan%22&hl=id&sa=X&ved=0ahUKEwjJ0Y_po5nbAhVUT30KHbTVAnkQ6AEIKDAA#v=onepage&q&f=false
- Simamora, B. (2008). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta, Indonesia: PT. Gramedia Pustaka Utama. Retrieved Mei 23, 2018
- similarweb.com. (2018, Februari). *www.similarweb.com*. Retrieved Maret 30, 2018, from Traffic Overview [elevenia.co.id: https://www.similarweb.com/website/elevenia.co.id](https://www.similarweb.com/website/elevenia.co.id)
- Stern, T. (2017, Februari 22). *Why User Experience Is the Best ROI Strategy*. Retrieved Mei 3, 2018, from <https://www.business.com/https://www.business.com/articles/why-user-experience-is-the-best-roi-strategy/>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung, Jawa Barat, Indonesia: Alfabeta. Retrieved Mei 22, 2018
- Sukirno. (2015, Januari 7). *industri.bisnis.com*. Retrieved Februari 23, 2018, from Elevenia Milik XL Masih Akan Merugi Dalam 4 Tahun ke Depan: <http://industri.bisnis.com/read/20150107/105/388676/elevenia-milik-xl-masih-akan-merugi-dalam-4-tahun-ke-depan>

- Sulestyono, E. (2017, Agustus 9). *www.cendananews.com*. Retrieved Januari 31, 2018, from Munculnya Internet Membuat Teknologi Digital Berkembang Pesat: <https://www.cendananews.com/2017/08/munculnya-internet-membuat-teknologi-digital-berkembang-pesat.html>
- Sumartomdjono, M. (2017, Agustus 23). *industri.kontan.co.id*. (M. Sumartomdjono, Editor) Retrieved Februari 23, 2018, from Salim masuk ke elevenia: <http://industri.kontan.co.id/news/salim-masuk-ke-elevenia>
- Suryatmo, & Rusmadi, D. (2006, September). *Pengetahuan Dasar Komputer*. Semarang, Indonesia: Rineka Cipta. Retrieved Mei 18, 2018
- Tanwijaya, P. M. (2017, Januari). Perbandingan Pengaruh Persepsi Atribut-atribut Toko Online Tokopedia Dan Bukalapak Terhadap Niat Beli Ulang Pada Generasi Milenials. Bandung, Jawa Barat, Indonesia: Universitas Katolik Parahyangan.
- Ustadiyanto. (2001). *Framework E-commerce (2nd ed)*. Yogyakarta, Indonesia: Andi. Retrieved Juli 15, 2018
- Wahyuni, N. (2014, November 1). *qmc.binus.ac.id*. Retrieved Mei 23, 2018, from Uji Validitas dan Reliabilitas: <http://qmc.binus.ac.id/2014/11/01/u-j-i-v-a-l-i-d-i-t-a-s-d-a-n-u-j-i-r-e-l-i-a-b-i-l-i-t-a-s/>
- Widiartanto, Y. H. (2017, Agustus 23). *tekno.kompas.com*. Retrieved Januari 31, 2018, from Situs Belanja Elevenia Bakal Dilepas Perusahaan Korea: <https://tekno.kompas.com/read/2017/08/23/18221037/situs-belanja-elevenia-bakal-dilepas-perusahaan-korea>
- Wilders, E. (2016, November 15). *brandbrewery.co.uk*. Retrieved Mei 4, 2018, from Customer satisfaction = good User Experience. 3 reasons why UX is so important: <http://www.brandbrewery.co.uk/play/3-reasons-user-experience-is-so-important>
- Wiwied. (2004). *gunadarma.ac.id*. Retrieved April 11, 2018, from E-Commerce: wiwied.staff.gunadarma.ac.id/Downloads/.../slide_E-Commerce.pdf
- www.similarweb.com*. (2018, Februari). Retrieved Maret 30, 2018, from Traffic Overview Shopee: <https://www.similarweb.com/website/shopee.co.id#overview>
- Yudiawan, D. (2017, Maret 15). *www.pikiran-rakyat.com*. Retrieved Januari 31, 2018, from Situs Belanja Online Mana yang Paling Banyak Diminati? Ini Datanya: <http://www.pikiran-rakyat.com/ekonomi/2017/03/15/situs-belanja-online-mana-yang-paling-banyak-diminati-ini-datanya-396257>