

MENGUKUR TINGKAT KEPUASAN PENGGUNA *E-COMMERCE* SHOPEE PADA FITUR COD (*CASH ON DELIVERY*)

Srie Wijaya Kesuma Dewi^{1*}, Bunga Oktalia Utami², Musafa³

¹ Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya, *dewi.swk@ars.ac.id**

² Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya

³STP Ars Internasional

ABSTRAK

Fitur *Cash On Delivery* (COD) merupakan metode pembayaran dimana pembeli membayar pesanan secara tunai saat barang diterima. Tujuan penelitian untuk mengetahui seberapa besar fitur *cash on delivery* (COD) terhadap kepuasan pengguna *e-commerce* Shopee sebagai bahan evaluasi. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna fitur *cash on delivery* (cod) pada *e-commerce* Shopee di Kota Bandung yang berjumlah 100 orang. Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik *Purposive Sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel fitur *cash on delivery* (COD) berpengaruh terhadap variabel kepuasan pengguna bahwa H_0 diterima atau berdistribusi normal. Fitur *cash on delivery* (COD) berarti nilai kepuasan pengguna bahwa arah pengaruh variabel fitur *cash on delivery* (COD) terhadap kepuasan pengguna adalah positif.

Kata kunci : fitur *cash on delivery* (cod) dan kepuasan pengguna

ABSTRACT

Cash On Delivery (COD) feature is a payment method where the buyer the buyer pays the order in cash when the goods are received. The research objective was to determine how much cash on delivery (cod) features on Shopee e-commerce user satisfaction as an evaluation material. The research method used in this research is descriptive method. The population in this study were 100 users of the cash on delivery (cod) feature in the Shopee e-commerce in Bandung. The sampling technique used in this research is purposive sampling technique. The result showed that the cash on delivery (cod) feature variable that H_0 was accepted or normally distributed. The cash on delivery (cod) feature means the user satisfaction score that the direction of the cash on delivery (cod) feature variable on user satisfaction is positive.

Keywords: Features *cash on delivery* (COD) and user satisfying

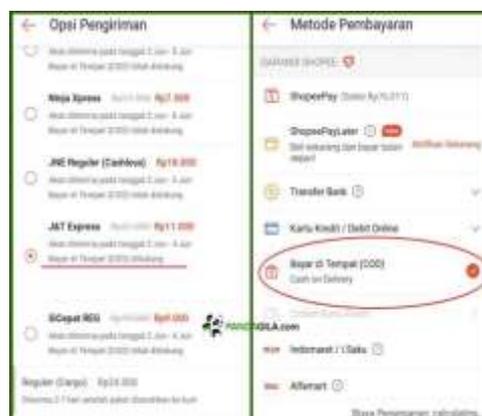
PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi di Indonesia mengalami peningkatan yang cukup pesat. Teknologi internet telah mengubah berbagai aspek kehidupan manusia karena saat ini internet telah menjadi kebutuhan pokok selain kebutuhan pangan, sandang dan papan bagi sebagian besar orang terutama dipertanian ((Resources et al., 2018)). *E-commerce* adalah suatu proses membeli dan menjual produk- produk secara elektronik oleh konsumen dari perusahaan ke perusahaan dengan komputer sebagai perantara transaksi bisnis (Panji Pahrudin, 2019). Aplikasi *e-commerce* pertama kali dikembangkan sebagai sarana transaksi pembayaran melalui internet yang disebut dengan *electronic funds transfer* (Jonathan sarwono, 2012). Banyak aplikasi *e-commerce* yang telah memiliki fitur *Cash On Delivery* (COD) salah satunya adalah Shopee.

Adanya fitur *cash on delivery* (COD) menjadi metode pembayaran yang cukup diminati oleh pengguna aplikasi Shopee. Oleh karena itu, pembeli tidak perlu membayar dengan cara *transfer* melalui *bank* atau membayar ke minimarket. Menurut (Atira, 2017) menyimpulkan bahwa pada dasarnya Fitur *Cash On Delivery* (COD) penjual dan pembeli terlibat secara langsung, bertemu tawar-menawar, dan memeriksa kondisi barang baru kemudian membayar harga barang. Keuntungan dari sistem ini adalah antara pelaku usaha dan konsumen lebih bisa leluasa dalam proses transaksi. Konsumen bisa melihat dengan detil barang yang akan dibeli

Menurut (Runtuwuwu et al., 2014) kepuasan pengguna adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil dari sebuah produk yang di pikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Shopee merupakan layanan yang menduduki posisi pertama di ranah aplikasi *mobile*, baik untuk Android maupun iOS. Shopee selama ini fokus kepada inovasi aplikasi *mobile*. Menurut (dailysocial.id, 2018) memberikan batasan bahwa Shopee telah diunduh lebih

dari 61 juta kali dengan rata-rata tiap bulannya mencapai 110 juta kunjungan. Lebih dari 95% pengguna Shopee melakukan transaksi melalui *smartphone*.



Gambar 1
Fitur Cash On Delivery (COD) E-commerce Shopee

Dengan adanya fitur *Cash On Delivery* (COD) tidak selalu menguntungkan semua pengguna terutama bagi penjual yang terkadang menemui masalah – masalah salah satunya adalah pengembalian barang. Ini terjadi karena penerima tidak mau membayar barang tersebut dengan alasan penerima tidak memesan barang, padahal data yang tercantum sudah benar. Mulai dari nama penerima, nomor telepon dan alamat sudah benar ini menjadi kerugian bagi penjual.

Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa identifikasi masalah saat fitur ini digunakan namun barang dikembalikan karena pembeli tidak menerima, maka penjual akan mendapat kerugian karena tidak mendapat pendapatan sehingga penulis membuat judul “Mengukur Tingkat Kepuasan Pengguna *e-commerce* Shopee pada Fitur COD (*Cash on Delivery*)” yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana kepuasan pengguna fitur *cash on delivery* (COD) pada *e-commerce* Shopee dan mengetahui cara agar tidak ada yang dirugikan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif untuk

menganalisis pengaruh dari persepsi pengalaman pengguna terhadap kepuasan pengguna fitur *cash on delivery* (cod) *e-commerce* Shopee dan menguji berapa hipotesis terkait adanya pengaruh fitur *cash on delivery* (cod) terhadap kepuasan pengguna *e-commerce* Shopee. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini, yaitu dengan menyebarkan kuesioner secara tidak langsung melalui media sosial dengan memanfaatkan fitur *Google Form* untuk pengisian kuesioner dan menggunakan 5 pilihan skala *likert* untuk mengukur jawaban responden.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*. Pengambilan sampel dilakukan berdasarkan kriteria tertentu, karena pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri- ciri khusus yaitu ditujukan untuk pengguna fitur *cash on delivery* (cod) *e-commerce* Shopee di Kota Bandung.

PEMBAHASAN

Analisis Data

Uji Validitas

Menurut Sugiyono dalam (I, Putu Ade Andre Payadnya, 2020) mengatakan bahwa “uji validitas adalah suatu langkah pengujian yang dilakukan terhadap isi konten dari suatu instrumen, yang bertujuan untuk mengukur ketepatan instrument yang digunakan dalam suatu penelitian”. Untuk mencari validitas sebuah item. Jika koefisien di atas 0,3 maka item tersebut dinyatakan *valid*. Tetapi jika nilai kolerasinya dibawah 0,3 maka item dinyatakan tidak *valid*. Untuk mencari nilai korelasinya, oleh karena itu peneliti menggunakan rumus *person product moment* sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum X_1 X_{1tot}) - (\sum X_1)(\sum X_{1tot})}{\sqrt{((n\sum X_1^2 - (\sum X_1)^2)(n\sum X_{1tot}^2 - (\sum X_{1tot}^2))}}$$

Keterangan :

r = Korelasi *product moment*
 $\sum X_i$ = Jumlah skor suatu *item*
 $\sum x_{tot}$ = Jumlah total skor

jawaban

$\sum x_i^2$ = Jumlah kuadrat skor jawaban suatu *item*

$\sum x_{tot}^2$ = Jumlah kuadrat total skor jawaban

$\sum X_i X_{tot}$ = Jumlah perkalian skor jawaban suatu

item dengan total skor

Uji Realibilitas

Menurut Sugiyono (2010) memberikan batasan bahwa “uji realibilitas dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur sama”.

Uji realibilitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur dapat diandalkan jika alat ukur tersebut digunakan berulang kali akan memberikan hasil yang relatif sama. Melihat ada atau tidak adanya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui koefisien reliabilitas dan apabila koefisien reliabilitasnya lebih dari 0,60 maka secara keseluruhan pernyataan tersebut dinyatakan reliabel.

Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi adalah sebuah nilai yang dipegunakan untuk mengukur derajat keeratan dari hubungan antara dua variable Untuk mengetahui hubungan yang positif dan signifikan antara variabel- variabel *independen* yaitu fitur *cash on delivery* (cod) secara pasial dengan variabel *dependen* yaitu kepuasan pengguna *e-commerce* Shopee. Dengan demikian peneliti menggunakan rumus korelasi *person product moment*, rumusan kolerasinya yaitu sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n\sum x^2 - (\sum x)^2)(n\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Sumber: Sugiyono (2017)

Keterangan:

xy = koefisien kolerasi *person*

X1 = Variabel Independen (fitur *cash on delivery*)

Y1 = Variabel Dependen (kepuasan pengguna)

n = banyak sampel yang diteliti koefisien kolerasi r menunjukkan bahwa derajat kolerasi antara variabel

independen (X) dan variabel dependent (Y). Maka dari itu nilai koefisien harus terdapat dalam batas- batas -1 hingga +1 ($-1 < r < +1$), yang menghasilkan beberapa kemungkinan, yaitu:

1. Tanda positif menunjukkan adanya korelasi positif antara variabel- variabel yang diuji, yang berarti setiap kenaikan dan penurunan nilai-nilai X akan diikuti dengan kenaikan dan penurunan Y.
2. Tanda *negative* menunjukkan adanya kolerasi *negative* antara variabel- variabel yang diuji, yang berarti setiap kenaikan nilai- nilai X akan diikuti dengan penurunan Y dan sebaliknya.
3. Jika $r=0$ atau mendekati 0, maka menunjukkan kolerasi yang lemah atau tidak ada kolerasi sama sekali antara variabel- variabel yang diteliti.

Untuk dapat memberikan penafsiran besar dan kecilnya koefisien kolerasi. menurut Sugiyono (2017) ada beberapa pedoman untuk memberikan interpestasi koefisien kolerasi sebagai berikut :

Tabel 1
Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Kolerasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40-0,799	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2017)

Uji Normalitas

Menurut (Sugiyono, 2016) Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi antara variabel *dependen* dan variabel *indenpenden* memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dapat dilakukan dengan uji *One Sample Kolmogorov- Smirnov*, distribusi data dikatakan jika signifikan $> 0,05$.

Uji Regresi Linear Sederhana

Menurut Sugiyono dalam (Eriyanto, 2011)

mengemukakan bahwa “Regresi Sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel bebas dengan satu variabel terikat”. Persamaan umum regresi linear sederhana adalah :

$$Y = \alpha + bX$$

Keterangan:

Y = subjek dalam variabel dependen (terikat) yang di prediksi.

a= Harga Y ketika harga X = 0 (harga konstan)

b=angka arah atau koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen, yang didasarkan pada perubahan variabel independen.

X= Subjek pada variabel independen (bebas) yang mempunyai nilai tertentu.

Rancangan Uji Hipotesis

1. Uji T

Menurut (Sugiyono, 2011)

Memberikan batasan bahwa “uji t digunakan untuk mengetahui masing- masing sumbangan variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat, menggunakan uji masing- masing koefisien regresi variabel bebas apakah mempunyai pengaruh atau tidaknya terhadap variabel terikat”.

Sebelum koefisien korelasi digunakan untuk membuat kesimpulan, terlebih dahulu di uji keberartian kolerasi, untuk itu digunakan statistik uji t dengan rumus

$$t = r \frac{\sqrt{n-2}}{1-r^2}$$

Sumber : Sugiyono (2010)

Keterangan :

r = kolerasi

t = nilai koefisien kolerasi dengan derajat bebas (dk) = n – 2

n = jumlah sampel

Hal pengujian uji t kemudian di bandingkan dengan ttabel yang diperoleh dengan menggunakan tingkat signifikan (α) dan derajat kebebasan n -2. Hipotesis yang telah ditetapkan tersebut akan diuji berdasarkan daerah penerimaan dan daerah penolakan yang ditetapkan sebagai berikut:

Jika t hitung $> t$ tabel, maka H_0 ditolak
 Jika t hitung $< t$ tabel, maka H_a diterima

Gambaran Variabel Fitur Cash On Delivery (COD)

Variabel Fitur *Cash On Delivery* (COD) terdiri dari 12 butir pernyataan yang terbagi ke dalam 2 indikator, yaitu Kemudahan, Pelayanan, Hemat waktu, Cara Pembayaran, Tenaga, Biaya Operasional dan Harapan.

Berikut ini akan dijelaskan kecenderungan jawaban dari responden terhadap variabel fitur *cash on delivery* (cod):

Analisis Verifikatif

Hasil Pengujian Validitas

Dalam pengujian validitas bertujuan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu

Kuesioner. Pengujian validitas ini dilakukan dengan mengkolerasi skor jawaban responden dari setiap pernyataan. Nilai validitas dilihat dari sig 2 tailed $< 0,5$ pada hasil output SPSS versi 18. Berdasarkan uji validitas yang dilakukan terhadap pernyataan kuesioner variabel Fitur *Cash On Delivery* (COD) sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Validitas Variabel Fitur Cash On Delivery (COD)

Butir Pernyataan	Sig 2 tailed	Keterangan
X1	0,00	Valid
X2	0,00	Valid
X3	0,00	Valid
X4	0,00	Valid
X5	0,00	Valid
X6	0,00	Valid
X7	0,00	Valid
X8	0,00	Valid
X9	0,00	Valid
X10	0,00	Valid
X11	0,00	Valid
X12	0,00	Valid

Sumber : Data diolah 2020

Berdasarkan Tabel 2 di atas, hasil pengujian validitas terhadap variabel fitur

cash on delivery (COD) menunjukkan bahwa nilai validitas dilihat sig 2 tailed $< 0,05$ artinya setiap item pernyataan pada variabel fitur *cash on delivery* (cod) sudah memenuhi kriteria validitas. Selain itu hasil pengujian validitas untuk kepuasan pengguna sebagai berikut:

Tabel 3. Validitas Variabel Kepuasan Pengguna

Butir Pernyataan	Sig 2 tailed	Keterangan
Y1	0,00	Valid
Y2	0,00	Valid
Y3	0,00	Valid
Y4	0,00	Valid
Y5	0,00	Valid
Y6	0,00	Valid
Y7	0,00	Valid
Y8	0,00	Valid
Y9	0,00	Valid
Y10	0,00	Valid

Berdasarkan Tabel 3 di atas, hasil pengujian validitas terhadap variabel kepuasan pengguna menunjukkan bahwa nilai validitas dilihat dari sig 2 tailed $< 0,05$, artinya setiap item pernyataan pada variabel kepuasan pengguna sudah memenuhi kriteria validitas.

Hasil Pengujian Realibilitas

Hasil analisis pengujian reliabilitas merupakan seberapa besar suatu pengukuran dapat dipercaya. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* (α) $> 0,06$. Di bawah ini akan disajikan hasil pengujian reliabilitas untuk variabel fitur *cash on delivery* (cod) sebagai berikut:

Tabel 4 Hasil Reliabilitas Variabel Fitur Cash On Delivery (COD) Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,738	13

Sumber : Data diolah 2020

Berdasarkan output tabel 4 bahwa nilai koefisien reliabilitas variabel fitur *cash on delivery* (cod) sebesar $0,738 > 0,6$. Maka

variabel fitur *cash on delivery* (COD) dikatakan reliabel. Untuk hasil pengujian reliabilitas variabel kepuasan pengguna yaitu sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Reliabilitas Variabel Kepuasan Pengguna

Cronbach's Alpha	N of Items
,778	11

Berdasarkan tabel 5, dapat dilihat dari *Cronbach's Alpha* >0,6 bahwa nilai koefisien reliabilitas variabel kepuasan pengguna adalah sebesar 0,778 > 0,6, maka

Tabel 6. Hasil Koefisien Korelasi Variabel COD dan Variabel Kepuasan Pengguna

		COD		KEPUASAN PENGGUNA	Unstandardized Predicted Value	Unstandardized Residual
COD	Pearson	1	,645		1,00	,000
	Correlation			**	0**	
	Sig. (2-tailed)			,000	,000	1,000
	N	10	0	100	100	100
KEPUASAN PENGGUNA	Pearson	,645	1		,645**	,764*
	Correlation	**				
	Sig. (2-tailed)	,000			,000	,000
	N	10	0	100	100	100

variabel kepuasan pengguna dikatakan reliabel.

Analisis Data

Analisis Koefisien Kolerasi

Koefisien kolerasi bertujuan untuk mengetahui tingkat keeratan hubungan antara variabel yang dinyatakan dengan koefisien korelasi (r). Jenis hubungan antara variabel X dan Y dapat bersifat *positif* dan *negative*. Dibawah ini akan disajikan hasil pengujian koefisien korelasi antara variabel fitur *cash on delivery* (COD) dan variabel kepuasan pengguna yaitu sebagai berikut:

Berdasarkan tabel 6 bahwa hasil variabel fitur *cash on delivery* (COD) terhadap kepuasan pengguna yaitu memiliki kolerasi dengan derajat hubungannya kolerasinya kuat dan bentuk hubungannya ialah positif. Artinya semakin tinggi fitur *cash on delivery* (COD) maka semakin tinggi pula kepuasan pengguna.

**Uji Asumsi Klasik
Regresi Linear Sederhana**

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk menguji pengaruh satu variabel bebas terhadap variabel terikat. Persamaan model regresi yang digunakan adalah persamaan model regresi linear sederhana dengan data di transformasi *Method Succesive Interval* (MSI). Mengacu pada hasil pengujian menggunakan analisis regresi linear sederhana untuk persamaan regresi maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 7

Hasil Regresi Linear Sederhana			
Model	Unstandardize	d Coefficients	
		Std.	Error
1	(Constant)	3,814	3,207
	FITUR CASH ON DELIVERY (COD)	,792	,095

Sumber : Data diolah 2020

Dari model regresi tersebut dapat dijelaskan bahwa nilai Coefficient (a) sebesar 3,814 sedangkan nilai fitur *cas on delivery* (cod) atau koefisien regresi sebesar 0,792, sehingga persamaan regresinya dapat ditulis:

$$Y = a + bx$$

$$Y = 3,814 + 0,792x$$

Persamaan tersebut dapat disimpulkan nilai Konstanta sebesar 3,814 mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel kepuasan pengguna adalah sebesar 3,814 dan nilai Koefisien Regresi (X) adalah sebesar 0,792 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai fitur *cash on delivery*

(cod) maka nilai kepuasan pengguna bertambah sebesar 0,792. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel fitur *cash on delivery* (cod) terhadap kepuasan pengguna adalah positif.

Uji Normalitas

Uji tersebut dilakukan untuk mengetahui hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Menurut Sugiyono dalam (Rukajat, 2018) mengemukakan bahwa dalam analisis yang menggunakan statistik, distribusi sampel harus mengarah berdistribusi normal. Pengujian normalitas data menggunakan *Test of Normality Kolmogorov- Smirnov* dalam program SPSS.

Tabel 8

Hasil Uji Normalitas Kolmogrov Smirnov

		Unstandar dized Residual
N		100
Normal	Mean	,0000000
	Std. Deviation	5,257377
Parameters ^{a,b}	Absolute	,131
	Positive	,080
	Negative	-,131
Kolmogorov-Smirnov Z		1,306
Asymp. Sig. (2-tailed)		,066

Sumber : Data diolah 2020

Berdasarkan tabel 8 di atas, menunjukkan bahwa besarnya nilai *kolmogrov smirnov* adalah sebesar 1,306 dengan nilai signifikansi 0,066. Oleh itu nilai signifikansi yang dihasilkan oleh *kolmogrov smirnov* lebih dari 5% (taraf signifikansi penelitian) yaitu $0,066 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima atau berdistribusi normal.

Rancangan Uji Hipotesis

Uji T (parsial)

Pengujian Uji T bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh parsial yang diberikan variabel bebas (X) terdapat variabel terikat (Y). hasil pengujian hipotesis pengaruh langsung sebesar $0,000 < 0,05$, dengan ini dapat disignifikasikan bahwa variabel Fitur *Cash On Delivery* (X) berpengaruh terhadap

variabel Kepuasan Pengguna (Y).

Tabel 9 Hasil Uji T Coefficients^a
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	3,814	3,207		1,189	,237
	COD	,792	,095	,645	8,360	,000

Sumber : Data diolah 2020

Berdasarkan tabel di atas H_1 diterima karena nilai t_{hitung} sebesar $8,360 > t_{tabel}$ $0,1946$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Fitur *Cash On Delivery* (X) berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Pengguna (Y).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian bahwa dapat disimpulkan sebagai berikut:

Fitur *cash on delivery* (X) berpengaruh pada kepuasan pengguna (Y). Hasil dari nilai signifikansi *kolmogrov smirnov* maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima atau berdistribusi normal. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat disimpulkan bahwa arah pengaruh variabel fitur *cash on delivery* (COD) terhadap kepuasan pengguna adalah positif. Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan, adapun saran – saran yang dapat di sampaikan yaitu :

1. Meningkatkan kualitas fitur *cash on delivery* (COD) agar pengguna merasa puas.
2. Lebih memperhatikan kepuasan penjual yang juga menggunakan fitur *cash on delivery* (COD).
3. Memperbaiki fitur *cash on delivery* (COD) agar barang yang dipesan dapat diterima dengan pasti oleh pembeli.

DAFTAR PUSTAKA

Atira, N. (2017). *JUAL BELI ONLINE YANG AMAN DAN SYAR'I (Studi terhadap Pandangan Pelaku Bisnis*

Online di Kalangan Mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum UIN Alauddin Makassar). 1–14.

dailysocial.id. (2018). Mengungkap Layanan E-Commerce Terpopuler di Indonesia. Retrieved from <https://dailysocial.id>

Eriyanto. (2011). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu - Ilmu Sosial Lainnya. Edisi Pertama.*

I, Putu Ade Andre Payadnya, I. M. D. A. (2020). *Implementasi Strategi Pembelajaran "What-If.*

Jonathan sarwono, K. P. (2012). *Perdagangan online (cara bisnis di internet).*

Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif: Quantitative Research Approach.* Seagroup.com 2019. (n.d.). Company Culture- Sea.

Runtuwu, J., Oroh, S., & Taroreh, R. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Cafe Dan Resto Cabana Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3), 1803–1813. <https://doi.org/10.35794/emba.v2i3.5973>

Sugiyono. (2005). *Metode Penelitian Bisnis.* Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D,*

Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Manajemen, Alfabeta, Bandung.*

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D.*