

Pengaruh Kualitas Sistem Informasi E-commerce terhadap Kepuasan Pelanggan Generasi Z : Studi Literatur Review

Mutiara Addina¹ Putri Rahmadani² Naisyadia Safira³ Azizah Dwi Puspita⁴

^{1,2,3,4} Universitas Negeri Medan, Program Studi Pendidikan Akuntansi, Fakultas Ekonomi

¹mutiaraaddina03@gmail.com ²putrisitorus1311@gmail.com ³naisyadiasafira04@gmail.com

⁴azizahnasution0@icloud.com

Abstract

Pesatnya perkembangan teknologi digital mendorong pesatnya pertumbuhan e-commerce, khususnya di kalangan Generasi Z. Sebagai generasi digital native, mereka mempunyai ekspektasi yang tinggi terhadap kualitas platform e-commerce. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak kualitas sistem informasi e-commerce terhadap kepuasan pelanggan Generasi Z menggunakan studi literatur. Studi ini mengidentifikasi aspek yang paling relevan dari kualitas sistem informasi dan mekanisme dimana kualitas sistem informasi mempengaruhi kepuasan pelanggan Generasi Z. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, yaitu jenis studi literatur review yang bertujuan untuk mendeskripsikan hasil kepuasan peneliti terhadap beberapa jurnal yang ditemukan. Studi GoodStats tahun 2024 “Apa yang paling dihargai Gen Z saat berbelanja online” menunjukkan bahwa harga adalah faktor terpenting saat berbelanja online bagi 50% responden. Generasi Z. Kualitas produk berada di urutan kedua dengan 23% responden, Gen Z. Diskon dan penawaran khusus menempati posisi ketiga dengan 17% responden, Gen Z. Kemudahan penggunaan menempati posisi ke-4 dengan 6% responden, Gen Z Kecepatan pengiriman menempati urutan kelima dengan 3% responden Gen Z. Responden lain menempati peringkat terakhir yaitu 1% dari responden Gen Z. Dan hasil literatur tersebut menegaskan bahwa kualitas sistem informasi e-commerce memegang peranan penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan Generasi Z. Kualitas layanan sistem, kualitas informasi, kualitas sistem, dan keamanan sistem merupakan faktor utama yang dibutuhkan oleh perusahaan e-commerce, untuk merebut hati pelanggan generasi ini. Menerapkan strategi yang tepat untuk meningkatkan kualitas sistem informasi Anda akan meningkatkan loyalitas pelanggan dan memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan Anda di era digital.

Keywords: Kualitas sistem, e-commerce, kepuasan pelanggan, Generasi z

Corresponding Author : Mutiara Addina

Publication Date : September,2024

Email : mutiaraaddina03@gmail.com

This is a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License (CC BY-NC 4.0)

Pendahuluan

Di era globalisasi, dengan perkembangan teknologi informasi dan internet telah memudahkan masyarakat dalam berbelanja online, dan *e-commerce* membutuhkan media elektronik. *E-commerce* merupakan proses jual beli yang dilakukan secara online melalui media elektronik. *E-commerce*, atau "perdagangan elektronik", adalah transaksi bisnis yang terjadi dalam jaringan elektronik, seperti internet (Shely Cashman, 2007:83; Mufidah dkk., 2023:13). Siapapun yang memiliki komputer dan mampu membayar barang dan jasa yang dibeli dapat berpartisipasi dalam perdagangan elektronik. Dunia perdagangan sedang diubah oleh *e-commerce*. Proses jual beli tidak lagi memerlukan pertemuan tatap muka seperti di toko pada umumnya. Segala transaksi antara penjual dan pembeli dapat dilakukan melalui media online. *E-commerce* menjadi tren yang populer di berbagai kalangan masyarakat, khususnya Generasi Z yang berbelanja online (Handayani & Permana, 2022).

Sebagai Generasi yang dekat berorientasi internet, Gen Z lebih memilih melakukan pembelian melalui *e-commerce* marketplace, dalam hal ini Shopee dan TikTok Shop (Utamanyu dan Darmastuti, 2022:65). Mereka memiliki minat yang kuat terhadap belanja online dengan memanfaatkan teknologi dan internet, sehingga belanja online menjadi semakin populer (Utami et al., 2022). Dengan demikian, berbagai layanan *e-commerce* bermunculan, membawa perubahan signifikan pada perilaku konsumen, kebiasaan, dan tren aktivitas komersial. platform *E-commerce* yang umum populer antara lain adalah Shopee, Tokopedia, Lazada, Blibli, Bukalapak, JD.ID, Alibaba dan berbagai macam platform lainnya.

Berdasarkan data sensus tahun 2021, jumlah penduduk Indonesia mencapai 273 juta jiwa dengan mayoritas generasi Z. Sebanyak 74,93 juta jiwa atau 27,94% dari total penduduk Indonesia. Generasi Z saat ini diperkirakan berusia antara 8 dan 23 tahun. Meski belum seluruh anggota Generasi Z mencapai usia kerja, namun seluruh anggota Generasi Z akan memasuki usia kerja dalam waktu sekitar tujuh tahun. Kelompok demografi terbesar berikutnya adalah kelompok usia kerja, dengan generasi Milenial sebanyak 69,38 juta atau 25,87% dan Gen X sebanyak 58,65 juta atau 21,88%. Sedangkan penduduk pre-boomer merupakan yang terkecil yaitu sebesar 5,03 juta jiwa (1,87%). Pre-boomer adalah orang-orang yang lahir sebelum tahun 1945, dan baby boomer adalah orang-orang yang lahir antara tahun 1946 dan 1964. Karena banyaknya generasi Z dan Milenial serta semakin canggihnya teknologi digital, generasi ini bergantung pada Internet, yang memungkinkan para pelaku bisnis menggunakan teknologi digital seperti *e-commerce* untuk meningkatkan niat beli

konsumen kami mendorong inovasi.

(Machmud, 2019), kualitas informasi yang diperoleh seseorang dapat mendorong minat beli konsumen terhadap suatu barang atau jasa. Apabila kualitas informasi yang didapatkan konsumen tidak sesuai dengan apa yang diharapkan maka dapat dipastikan konsumen beralih ke tempat lain untuk mendapatkan informasi yang lebih baik. Kepuasan pengguna sistem (User Satisfaction) merupakan respon dan umpan balik yang dimunculkan pengguna setelah memakai sistem informasi. Sikap pengguna terhadap suatu sistem informasi merupakan ukuran objektif seberapa besar pengguna menyukai sistem yang digunakan. Konsep kepuasan pengguna penting bagi pemasar karena kepuasan pelanggan dapat meningkatkan niat membeli.

Kualitas sistem informasi e-commerce memainkan peran penting dalam memenuhi harapan pelanggan Gen Z. Sistem informasi yang berkualitas tinggi dapat memberikan pengalaman berbelanja yang lancar, meningkatkan efisiensi transaksi, dan meningkatkan kepercayaan pelanggan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak kualitas sistem informasi e-commerce terhadap kepuasan pelanggan Generasi Z menggunakan studi literatur. Studi ini mengidentifikasi aspek yang paling relevan dari kualitas sistem informasi dan mekanisme dimana kualitas sistem informasi mempengaruhi kepuasan pelanggan Generasi Z.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, yaitu jenis penelitian studi literatur yang bertujuan mendeskripsikan temuan peneliti mengenai beberapa artikel jurnal yang ditemukan. Sama halnya dengan mengumpulkan data dan informasi melalui penelitian pengetahuan dan ilmu pengetahuan dari sumber- sumber seperti buku, karya tulis, dan beberapa sumber lain yang berkaitan dengan subjek penelitian (Dewi dalam Rusmawan, 2019:104). Pendekatan ini mencari dokumen akademis, jurnal, dan artikel tentang dengan kualitas layanan e-commerce dan kepuasan pelanggan generasi Z. sumber yang kami pilih berkualitas tinggi dan relevan. Setelah literatur potensial diidentifikasi, analisis rinci dari setiap artikel, jurnal, dan dokumen dilakukan untuk mengekstrak informasi penting, wawasan, dan konsep terkait kualitas layanan e-commerce. Langkah-langkah penelitian ini adalah mengumpulkan informasi yang tersedia dari literature artikel jurnal online yang bersumber dari Google Scholar dan buku buku referensi yang terkait dengan artikel ini.

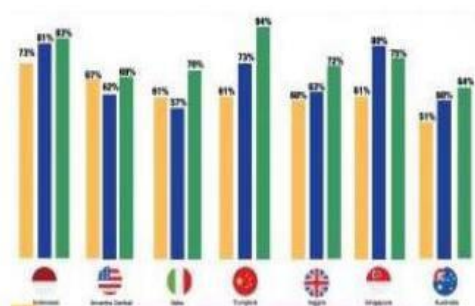
Selanjutnya metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data analisis isi (content analysis). Analisis data dimulai dengan menganalisis hasil penelitian dari bidang yang paling relevan, relevan dan cukup relevan. Selanjutnya, lihat

tahun-tahun studi, dimulai dari tahun-tahun terakhir dan berlanjut tahun-tahun sebelumnya. Selanjutnya, peneliti lalu membaca ringkasan dari setiap penelitian sebelumnya dan menilai apakah masalah yang dibahas sesuai dengan masalah yang seharusnya dipecahkan oleh penelitian tersebut. Selanjutnya, tuliskan bagian penting dan relevan dari permasalahan penelitian.

Hasil Penelitian

Perkembangan teknologi membawa pengaruh terhadap kegiatan manusia, termasuk dalam kegiatan berbelanja. Saat ini kegiatan belanja dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja oleh siapapun secara online. Banyak pelaku usaha yang tidak lagi memiliki toko secara fisik namun menjalankan bisnisnya secara online dengan memanfaatkan teknologi yang ada. Selain menggunakan situs e-commerce, kini pelaku usaha juga menggunakan media sosial sebagai wadah memasarkan produknya. Didorong dengan fitur belanja yang disediakan media sosial, membantu pelaku usaha dalam mengembangkan bisnisnya. Kebutuhan berbelanja kini juga menjadi hal penting bagi generasi muda saat ini atau yang lebih dikenal dengan generasi Z. Kebiasaan generasi Z yang ingin selalu mudah dalam segala hal juga berlaku dalam kegiatan berbelanja. Dikutip dari Wahana (dalam Christiani dan Prinisia, 2020) generasi Z dipandang selalu yakin, optimistik, percaya diri, menginginkan hal yang simpel, dan segala sesuatunya serba instan. Generasi Z dinilai sebagai sasaran yang tepat bagi online shop di media sosial, karena kemampuannya dalam menguasai teknologi. Pemilihan belanja secara online oleh generasi Z didasari oleh alasan efektivitas kegiatan. Generasi Z menilai bahwa dengan belanja online dapat lebih menghemat waktu karena tidak ada batasan tempat serta lebih banyak alternatif pilihan dan banyaknya promosi yang diberikan.

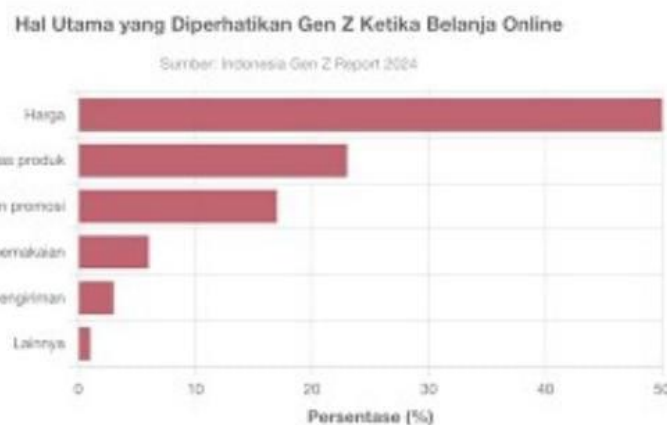
Menurut hasil survei Ipsos Global Trends 2021 menunjukkan bahwa Konsumen lebih suka berbelanja online daripada datang ke toko tradisional. Dari 25 negara yang disurvei, Indonesia memiliki persentase preferensi kemudahan berbelanja online tertinggi (73%) (Nurchayadi, 2021).



Gambar 1. Mayoritas Konsumen Dunia Gemari Belanja Online, Indonesia Lebih Unggul Dari Negara Maju Lainnya.

Generasi Z adalah generasi yang memiliki pengaruh yang signifikan dan sangat terlibat dalam kegiatan belanja online. Jika dibandingkan dengan generasi sebelumnya, Generasi Z lebih suka melakukan belanja online. Sekitar 75% Generasi Z, dan juga Generasi Milenial menggunakan smartphone untuk berbelanja online, dan 63% Generasi Z menggunakan laptop untuk itu, yang menunjukkan perbedaan yang signifikan dari generasi lainnya (Paakkari, 2016; Khairunnisa dan Heriyadi, 2023:18).

Menurut data yang didapat dari GoodStats pada tahun 2024 mengenai “Hal Utama yang Diperhatikan Generasi Z Ketika Belanja Online” menunjukkan bahwa harga merupakan faktor utama yang dipertimbangkan ketika belanja online, dengan 50% dari responden Generasi Z. Kualitas produk berada di peringkat kedua, dengan 23% dari responden Generasi Z. Diskon dan promosi berada di peringkat ketiga, dengan 17% dari responden Generasi Z. Kemudahan pemakaian berada di peringkat keempat, dengan 6% dari responden Generasi Z. Kecepatan pengiriman berada di peringkat kelima, dengan 3% dari responden Generasi Z. Dan lainnya berada di peringkat terakhir, dengan 1% dari responden Generasi Z (Yonatan 2024).



Gambar 2. Hal Utama Yang Diperhatikan Gen Z Ketika Belanja Online
Sumber : Data Google, 2024. Diakses melalui data.goodstats.id, 09 April 2024

Platform e-commerce populer di Indonesia, Shopee, Lazada, Tokopedia, dan Blibli biasa digunakan untuk belanja online. Menggunakan e-commerce dengan bijak dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, termasuk Gen Z. E-commerce dapat meningkatkan kepuasan pelanggan melalui pelayanan yang cepat, mudah, dan aman.

Faktor yang Menentukan Kepuasan Generasi Z dalam Layanan E-commerce

Pembahasan di bawah ini menguraikan beberapa faktor utama yang harus dipertimbangkan oleh perusahaan e-commerce untuk memastikan mereka tidak hanya memenuhi namun juga melampaui ekspektasi pelanggan Gen Z.

1) Inovasi

Inovasi berdampak pada *e-satisfaction* menentukan kepuasan konsumen saat membeli produk belanja melalui aplikasi *e-commerce*. Inovasi seperti peningkatan fungsi, tampilan, dan layanan aplikasi *e-commerce*, semakin banyak inovasi yang diterapkan maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan belanja konsumen pada platform (Pangestu dan Setiyaningrum 2023:93). Perusahaan *e-commerce* yang dapat menarik perhatian Gen Z memberikan kepuasan yang besar adalah perusahaan yang menawarkan solusi unik dalam proses berbelanja online, seperti kebijakan pengembalian yang lebih fleksibel, serta fitur-fitur baru, teknologi mutakhir, dan inovasi suatu perusahaan yang mampu menghadirkan konsep belanja unik.

2) Ease of use

Kemudahan memegang peranan penting dalam meningkatkan kemampuan konsumen dalam melakukan pembelian produk melalui aplikasi *e-commerce*. Kepuasan konsumen berasal dari kemudahan dalam berbelanja, karena mencari, membayar, dan membeli produk tidak memerlukan banyak usaha (Pangestu dan Setiyaningrum, 2023:93). Alasan utama yang menjadikan Gen Z beralih dari belanja modern ke belanja online adalah efisiensinya (Ayuni 2019:175). Platform *e-commerce* menawarkan fitur-fitur pencarian yang tepat dengan filter khusus serta sistem pembayaran dan pengiriman yang aman dan cepat.

3) Keamanan Privasi

Keamanan Privasi merupakan salah satu faktor penting bagi kepuasan pelanggan. Semakin aman sistem platform belanja online, semakin tinggi kepuasan pelanggan. Pelanggan lebih cenderung mengevaluasi dan mempercayai platform online ketika informasi produk diberikan seakurat mungkin dan dengan privasi yang tinggi (Kamarudzamana dan Harun, 2022: 282).

4) Pengiriman mudah

Konsumen puas dengan pengiriman yang cepat, akurat dan aman, namun mereka juga dapat mempermudah pengiriman dengan mencari alternatif non-online (Kamarudzamana dan Harun, 2022: 282). Layanan e-commerce menyediakan proses pengiriman dan pengemasan produk ke konsumen. Gen Z sudah terbiasa dengan teknologi dan pengalaman instan, sehingga mereka memiliki ekspektasi lebih tinggi terhadap proses pengiriman produk yang cepat, transparan, dan mudah dipantau. E-commerce menawarkan opsi pengiriman dengan pelacakan waktu nyata dan waktu pengiriman yang andal.

5) Keterjangkauan Harga

Harga merupakan faktor penting dalam kepuasan konsumen. Konsumen merasa puas

jika suatu produk diberi harga yang wajar dan tidak mahal. Semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi kepuasan pelanggan, hal ini juga didukung oleh harga yang tinggi dan biaya yang rendah (Gofur, 2019: 89; Rahmatica dan Ramdani, 2021: 89). Menyediakan pilihan pembayaran yang beragam menjadi alasan lain mengapa Gen Z senang berbelanja online.

6) Promosi

Promosi berupa diskon pada produk tertentu membuat konsumen senang. iklan sendiri bermacam-macam bentuknya seperti diskon, cashback, dan hadiah gratis untuk menarik minat pelanggan dan membuat mereka merasa dihargai oleh bisnis yang dikembangkannya (Sentiana, 2018:252). Hal ini terutama berlaku ketika diskon ditawarkan pada produk yang dibutuhkan konsumen dengan segera. Selain itu, ketika produk didiskon, pelanggan lebih termotivasi untuk membeli produk yang mereka butuhkan.

7) Kualitas informasi

Tersedianya informasi yang akurat, tepat waktu, terpercaya, dan lengkap memungkinkan pelanggan memperkirakan kualitas dan kegunaan produk yang dijual, serta membantu kepercayaan konsumen terhadap produk yang dijual oleh penjual. Kualitas informasi dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan keputusan pembelian. Untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, informasi harus akurat, konsisten, dan mudah dipahami (Saputra et al., 2019:36).

Faktor-Faktor Utama Yang Mempengaruhi Kualitas Sistem Informasi E-Commerce

1. Kualitas Pelayanan Sistem

Berdasarkan tinjauan literature, Generasi Z merupakan kelompok yang tumbuh dengan teknologi dan menghargai kenyamanan dalam menggunakan platform *e-commerce*. Oleh karena itu, mereka lebih memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan. Kepuasan pelanggan meningkat ketika sistem *e-commerce* responsif dan memberikan pengalaman yang tidak terlalu mengganggu. Platform yang sering gagal atau lambat merespons permintaan pengguna dapat kehilangan kepercayaan Gen Z.

2. Kualitas Informasi

Kualitas informasi mengacu pada sejauhmana informasi memiliki karakteristik isi, bentuk, dan waktu yang memberikan nilai bagi pengguna akhir tertentu. Kualitas informasi juga menentukan keputusan pembelian suatu produk atau barang. Kualitas informasi mengacu pada persepsi pelanggan terhadap produk atau layanan yang ditawarkan di situs web. Gen Z dikenal lebih selektif dalam mencari informasi sebelum mengambil keputusan. Mereka sering kali menggunakan berbagai sumber informasi dan membandingkan produk di berbagai

platform *e-commerce*. Ketersediaan informasi yang akurat dan relevan merupakan aspek kunci dalam membangun kepercayaan pelanggan. Informasi yang tidak akurat atau menyesatkan dapat menurunkan kepuasan dan hilangnya loyalitas pelanggan.

3. Kualitas Sistem

Kualitas sistem adalah ukuran proses sistem informasi yang berfokus pada hasil interaksi antara pengguna dan sistem. Kualitas sistem adalah proses sistem informasi yang menampilkan hasil interaksi antara sistem individu dan pengguna. Bagi gen z, kemudahan penggunaan sistem *e-commerce* sangatlah penting. Mereka mengharapkan platform dengan desain yang ramah pengguna dan navigasi yang mudah. Situs web yang lambat atau rumit dapat menyebabkan frustrasi dan berdampak negatif pada kepuasan pelanggan. Penelitian menunjukkan bahwa pelanggan generasi ini lebih menyukai platform dengan antarmuka pengguna yang menarik dan efisien.

4. Keamanan Sistem

Dengan meningkatnya kekhawatiran terhadap privasi dan keamanan data, Gen Z sangat memperhatikan sistem keamanan yang diterapkan pada platform *e-commerce*. Pelanggan generasi ini cenderung lebih berhati-hati dalam melakukan transaksi online jika merasa informasi pribadinya tidak aman. Oleh karena itu, sistem yang menyediakan enkripsi data dan perlindungan dari ancaman dunia maya merupakan faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kesimpulan

E-Commerce berkembang seiring kemajuan teknologi, dan fitur untuk mencari dan memperoleh sesuatu menjadi lebih mudah dan praktis. Gen Z merupakan generasi yang paling dekat dengan teknologi dan internet. Tentu saja, saya fasih dalam belanja online dan memiliki pemahaman yang mendalam tentang belanja online. Gen Z sangat tertarik dengan belanja online karena menyukai hal-hal yang mudah dan cepat. Gen Z berfokus pada keterjangkauan dan aksesibilitas, kualitas produk, banyak diskon, beragam pilihan pembayaran, jaminan dan pengiriman cepat. E-commerce dinilai bisa menjadi solusi untuk memenuhi Gen Z karena memadukan waktu serta kenyamanan. Oleh karena itu tidak mengherankan jika semakin banyak platform bermunculan di internet yang memungkinkan pembelian dan penjualan produk dan layanan. Tren e-commerce ini juga menyebabkan beberapa toko tutup karena persaingan. Hal ini menunjukkan bahwa e-commerce menjadi pilihan bagi Gen Z dan mereka puas dengan pelayanan serta kemudahan yang diberikan.

Dan hasil tinjauan literatur ini menegaskan bahwa kualitas sistem informasi e-commerce memegang peranan penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan Generasi Z.

Kualitas layanan sistem, kualitas informasi, kualitas sistem, dan keamanan sistem menjadi faktor utama yang perlu diperhatikan oleh perusahaan e-commerce untuk memenangkan hati pelanggan dari generasi ini. Menerapkan strategi yang tepat untuk meningkatkan kualitas sistem informasi akan meningkatkan loyalitas pelanggan dan memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan di era digital.

References

- Agnes Monica, M. A. (2023). LITERATURE REVIEW: KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN PADA PRODUK E-COMMERCE. *Jurnal Ekonomi Bisnis* , Volume 29, Nomor 2 , 78-89.
- Carmelia Cesariana, Fadlan Juliansyah, Rohani Fitriyani. (2022). MODEL KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA MARKETPLACE: KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN). *JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL* , Volume 3 (Issue 1).
- Erwin Permana, D. S. (Ed.). (2024). Analisis Kepuasan Generasi Z Terhadap Layanan E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Akuntansi, dan Pajak* , Vol.1, No.2, 337-355.
- M. Takbir, A. H. (2023). PENGARUH PELAYANAN E-COMMERCE TERHADAP GAYA HIDUP GENERASI Z DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH. *Jurnal Ekonomi Bisnis Syariah* , Volume (6) No. (2) , (1-10).
- Novika Rahmatika, D. R. (2021, Oktober). KEPUASAN KONSUMEN GENARSI Z PADA PEMBELIAN ONLINE . *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara* , 88-95.
- Novita Christina Hutapea, Ega Hegarini. (2024, August). PENGARUH SISTEM INFORMASI, KUALITAS INFORMASI, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA PADA APLIKASI E-COMMERCE TIKTOK. *Journal of Science and Social Research* , 968 – 973.
- Ni Made Ratih Safitri, I. G. (2023). PENGARUH E-PROMOTION, E-COMMERCE, E-SERVQUAL DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP MINAT BELI ULANG DI SHOPEE PADA GENERASI Z DI KOTA DENPASAR. *VALUES* , Volume 4, Nomor 3, 866-875.
- Rossy Ayu Sulistianti, N. S. (2022). Konstruksi Sosial Konsumen Online Shop Di Media Sosial Tiktok (Studi Fenomenologi Tentang Konstruksi Sosial Konsumen Generasi Z Pada Online Shop Smilegoddess Di Media Sosial Tiktok). *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan (JISIP)* , Vol. 6, No. 1, 3456-3466.
- Sadrakh Zefanya Putra, S. T. (2023). Analisis Pengaruh E-Commerce: Studi Literatur Terhadap Pertumbuhan Ekonomi UMKM. *Jurnal ilmiah Sistem Informasi dan Ilmu Komputer* , Vol. 3 No. 2 , 119-131.
- Ziyan Zulfa Alim, S. R. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Sistem Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna E-Commerce Menggunakan Metode Service Quality. *Journal of Computer, Information System, & Technology Management* , Vol. 5, No. 2, 85-93.