

## Analisis Kepuasan Pengguna *Marketplace* Tokopedia Dengan Metode PIECES di Tokopedia *Community* Batam

Muhamad Sigid Safarudin\*

Universitas Batam, Batam

\*muhamadsigidsafarudin@univabatam.ac.id

---

### **Abstract**

*From year to year growth of household access to internet. Increase from 19.6% in 2013 to 36% in 2016. Internet users in Indonesia are using the internet in the field of economy. Tokopedia is one of the largest marketplace in Indonesia. Marketplace that stands in 2009 has a seller growth of 30% per year. The popularity and the market of tokopedia users both as a buyer and as a seller does not provide satisfaction for the buyer or seller. The purpose of this research is to know the satisfaction of user with Pieces Methodology. The research instrument used questionnaires and online tools. Data analysis was using user satisfaction formula and categorize using level of user satisfaction from Kaplan and Norton's. Results for aspects of performance of 4.29, information aspects of 4.38, economic aspects of 4.49, control & security aspects of 4.59, efficiency aspects of 4.63 and the last aspect of service amounted to 4.33. The use of online tools performance throughput aspect was measured based on Pingdom 2 MB result, GT Metrix 3.26 MB and Webpagetest 3.31 MB. While the response time of Pingdom 6.08 s, GT Metrix 13.9 seconds and Webpagetest 16.625 s. Control & security aspects using Qualys SSL Labs online tools get an A and use CSTAR UpGuard score of 877. Respondents in this research are Tokopedia Community Batam members but only 30% of users use Tokopedia as the single platform.*

**Keywords:** *Marketplace; Pieces Method; Tokopedia Community Batam; User Satisfaction.*

### **Abstrak**

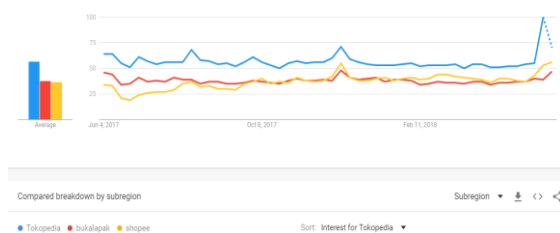
Dari tahun ketahun pertumbuhan akses rumah tangga terhadap internet mengalami peningkatan dari 19,6% di tahun 2013 menjadi 36 % di tahun 2016. Pengguna internet di Indonesia banyak memanfaatkan internet di bidang ekonomi. Tokopedia merupakan salah satu marketplace terbesar di Indonesia. Marketplace yang berdiri ditahun 2009 ini memiliki pertumbuhan penjual 30% pertahun. Kepopuleran dan banyaknya pengguna marketplace tokopedia baik sebagai pembeli ataupun sebagai penjual tidak memberikan jaminan kepuasan bagi pembeli atau penjual. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kepuasan pengguna dengan Metode Pieces. Instrument penelitian menggunakan kuesioner dan *online tools*. Analisis data dilakukan dengan menggunakan rumus kepuasan pengguna dan tingkat kepuasan menggunakan definisi Kaplan dan Norton. (Supriyatna, 2015). Hasil analisis untuk aspek *performance* sebesar 4,29, aspek *information* sebesar 4,38, aspek *economic* sebesar 4,49, aspek *control & security* sebesar 4,59, aspek *efficiency* sebesar 4,63 dan terakhir aspek *services* sebesar 4,33. Penggunaan *online tools* aspek *performance throughput* diukur berdasarkan *pagesize* dengan hasil Pingdom 2 MB, GT Metrix 3,26 MB dan Webpagetest 3,31 MB. Sedangkan *response time* dari Pingdom 6,08 s, GT Metrix 13,9 s dan Webpagetest 16,625 s. Aspek *control & security* menggunakan *online tools* Qualys SSL Labs mendapatkan grade A dan menggunakan UpGuard mendapatkan CSTAR Score sebesar 877. Responden dalam penelitian ini adalah anggota Tokopedia *Community* Batam tetapi ternyata hanya 30% pengguna yang menggunakan *platform* tunggal Tokopedia.

**Kata Kunci:** Kepuasan Pengguna; *Marketplace*; Metode Pieces; Tokopedia *Community* Batam.

---

## 1. Pendahuluan

Dari tahun ketahun pertumbuhan akses rumah tangga terhadap internet mengalami peningkatan dari 19,6% di tahun 2013 menjadi 36 % di tahun 2016. Pertumbuhan akses rumah tangga terhadap internet ini dipengaruhi dengan semakin terjangkaunya penggunaan telepon genggam oleh masyarakat yang mengalami pertumbuhan yang signifikan juga yaitu dari 83,7% di tahun 2013 menjadi 84,4% di tahun 2016.(Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, 2016) Sedangkan APJII menyatakan 44,16% akses internet dilakukan melalui *smartphone/tablet* pribadi. Berdasarkan survey dari Asosiasi Jasa Penyelenggara Internet Indonesia di tahun 2017 pengguna internet Indonesia naik menjadi 143,26 Juta jiwa atau menjadi 54,68% dari populasi 262 juta jiwa.(APJII, 2017) Pengguna internet di Indonesia banyak memanfaatkan internet di bidang ekonomi yang meliputi : mencari harga, membantu pekerjaan, informasi membeli, pembelian online, mencari pekerjaan, transaksi perbankan serta penjualan *online*. Tokopedia merupakan salah satu *marketplace* terbesar di Indonesia yang banyak dikunjungi sebagai tempat jual beli *online*. (Vania, 2017) dan salah satu *marketplace* paling populer di Indonesia.(Muchammad Haidar Tegar Revaldo, 2017). Gambar 1 dibawah ini menunjukkan trend *marketplace* yang banyak dicari melalui *search engine*.



Sumber : Google Trends

Gambar 1. Perbandingan Tiga *Marketplace* Terbesar di Indonesia

Kepopuleran dan banyaknya pengguna *marketplace* tokopedia baik sebagai pembeli ataupun sebagai penjual tidak memberikan jaminan kepuasan bagi pembeli atau penjual. Karena kepuasan berpengaruh terhadap penggunaan sistem transaksi jual beli online.(Sugara & Rizki Yudhi Dewantara, 2017). Kesulitan menilai kualitas (risiko kinerja produk) merupakan risiko yang paling sering dikutip oleh pengguna internet sebagai alasan untuk tidak melakukan pembelian secara *online* (Sugara & Rizki Yudhi Dewantara, 2017).

Berkaitan dengan hal tersebut rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : pertama apakah *platform* Tokopedia memberikan kepuasan dalam penggunaannya?; kedua apakah Tokopedia memberikan informasi yang

relevan baik dalam mencari produk yang diinginkan ataupun informasi cara berjualan; ketiga apakah Tokopedia memberikan manfaat ekonomi dalam arti memberikan penghasilan tambahan dan memberikan variasi produk yang terjangkau harganya; keempat apakah Tokopedia memberikan rasa aman dalam bertransaksi?; kelima apakah tokopedia memberikan kemudahan dalam bertransaksi?; keenam apakah Tokopedia memberikan kemudahan dalam bertransaksi? Dan ketujuh apakah Tokopedia memberikan *service* yang baik terhadap pengguna?. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kepuasan pengguna dengan metode PIECES dengan batasan masalah bahwa penelitian ini tidak melakukan analisis hubungan antar variabel dengan menggunakan *instrument software* statistik.

## 2. Kajian Literatur

Banyak penelitian-penelitian sebelumnya berkaitan dengan analisis sistem dengan menggunakan metode PIECES yaitu antara lain Analisis Dan Evaluasi Penerapan Aplikasi Ujian Berbasis Web Dengan Metode Pieces Framework (Supriyatna, Studi, & Informatika, 2015), Analisis Dan Evaluasi Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Perpustakaan Dengan Menggunakan Pieces Framework (Supriyatna, 2015), Evaluasi Penerapan Sistem Informasi Pada Politeknik LP3I Jakarta Dengan Metode Pieces (Tullah & Hanafri, 2014),

Penelitian yang berkaitan dengan *marketplace* antara lain: Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia.Com (Vania, 2017), Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia.com (Naif, 2017), (Garit Suhendra dan Edy Yukiarto, 2017), Pengaruh Keamanan, Kemudahan, Dan Risiko Kinerja Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia.Com (Studi Pada Pengguna Situs Belanja Online Tokopedia.Com).(Saputri, 2015). Kepuasan pengguna dapat diartikan sebagai sesuatu keadaan dalam diri seseorang atau sekelompok orang yang telah berhasil mendapatkan sesuatu yang dibutuhkan dan diinginkannya.(Sari, 2013).

Salah satu metode yang sering digunakan dalam analisis prosedur adalah metode Pieces menggunakan enam variabel evaluasi yaitu *Performance* dengan dua faktor yang diukur yaitu pertama *throughput* dan kedua *response time*, *Information* dilakukan dengan mengevaluasi terhadap kemampuan sistem informasi dalam menghasilkan informasi yang bermanfaat yang diukur dengan dua faktor yaitu pertama *inputs* (keperluan memasukkan suatu

data, hingga di mana data disimpan) dan yang kedua *outputs* (terjadinya produksi hasil keluaran berupa tampilannya), *Economic* yaitu persoalan ekonomis dan peluang berkaitan dengan masalah biaya dengan menilai apakah prosedur yang ada saat ini masih dapat ditingkatkan manfaatnya atau diturunkan biaya penyelenggaraannya, *Control & Security* berhubungan dengan tugas-tugas bisnis perlu dimonitor dan diperbaiki jika ditemukan kinerja yang dibawah standar, *Efficiency* menyangkut bagaimana menghasilkan *output* sebanyak-banyaknya dengan *input* yang sekecil mungkin dengan cara menilai apakah prosedur yang ada saat ini masih dapat diperbaiki, *Service* dilakukan dengan cara menghindari sistem menghasilkan produk yang tidak akurat, produk yang tidak konsisten, produk yang tidak dipercaya, sistem yang sulit dipelajari dan sistem yang tidak fleksibel dengan menilai apakah layanan sistem dapat diandalkan, fleksibel, dan ditingkatkan kemampuannya. (Perkasa et al., 2015), (Aji, Astuti, & Susilo, 2013).

**3. Metode Penelitian**

Populasi dari penelitian ini adalah anggota Tokopedia *Community* Batam yang berjumlah N = 106 orang. Untuk menentukan sampel digunakan Rumus Slovin dengan akurasi 95% dan toleransi 5%

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

n = Jumlah Sampel  
 N = Jumlah Total Populasi  
 e = Batas Toleransi Error  
 Sumber : (Wijaya, 2015)

Rumus 1. Rumus Slovin

Berdasarkan rumusan diatas maka dilakukan perhitungan  $n = 106 / (1 + 106 \cdot (0.05)^2) = 106 / (1 + 106 \cdot 0,0025) = 106 / 1,265 = 83,79$ . Instrumen penelitian ini menggunakan media kuesioner sebagaimana penelitian sebelumnya. (Satriya, 2015). Dalam kuesioner digunakan Skala Linkert dengan kriteria sebagai berikut:

Tabel 1. Kriteria Skala Linkert

| Pilihan Jawaban     | Singkatan | Skor |
|---------------------|-----------|------|
| Sangat Setuju       | SS        | 5    |
| Setuju              | S         | 4    |
| Ragu-Ragu           | RG        | 3    |
| Tidak Setuju        | TS        | 2    |
| Sangat Tidak Setuju | STS       | 1    |

Sumber: (Supriyatna, 2015), (Anggriawan & Andrasto, 2014)

Hasil kuesioner kemudian dianalisis dengan menggunakan rumusan kepuasan dan tingkat kepuasan menggunakan definisi Kaplan dan Norton. (Supriyatna, 2015).

$$RK = \frac{JSK}{JK}$$

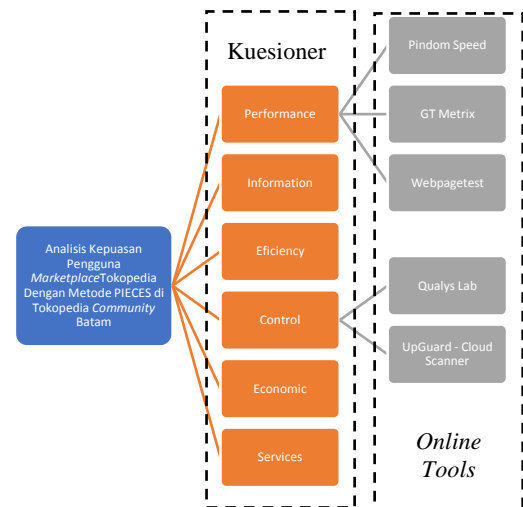
RK = Rata-Rata Kepuasan  
 JSK = Jumlah Skor Kuesioner  
 JK = Jumlah Kuesioner  
 Sumber : (Supriyatna, 2015)

Rumus 2. Rumus Rata-Rata Kepuasan Pengguna

Tabel 2. Tabel Tingkat Kepuasan

| Kriteria   | Tingkat Kepuasan  |
|------------|-------------------|
| 1 – 1,79   | Sangat Tidak Puas |
| 1,8 – 2,59 | Tidak Puas        |
| 2,6 – 3,39 | Ragu-Ragu         |
| 3,4 – 4,19 | Puas              |
| 4,2 - 5    | Sangat Puas       |

Sumber: (Supriyatna, 2015)



Gambar 2. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam menganalisis hasil kuesioner adalah metode PIECES yang merupakan kerangka kerja yang digunakan mengklasifikasikan permasalahan yang ada berdasarkan kriteria *performance, information, economic, control & security, efficiency* dan *service*. (Yodi, 2017). Selain menggunakan kuesioner untuk aspek *performance* digunakan juga *tools online* Pingdom Speed Test (<https://tools.pingdom.com>), GTMetrix (<https://gtmetrix.com>) serta Webpagetest (<https://www.webpagetest.org>). Dan untuk aspek *Control & Security* menggunakan Qualys SSL Labs (<https://ssllabs.com>) dan UpGuard (<https://app.upguard.com>).

4. Hasil dan Pembahasan

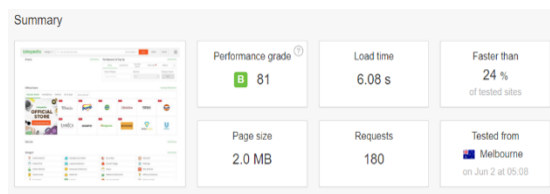
4.1 Platform Marketplace

Meskipun 100% responden adalah anggota Tokopedia *Community* Batam tetapi ternyata dari hasil kuesioner menunjukkan 3% menggunakan Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Instagram; 4% menggunakan Tokopedia, Shopee, Lazada; 4% juga menggunakan Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, Lainnya; 7% menggunakan Tokopedia dan Shopee; 22% menggunakan Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada dan 30% menggunakan Tokopedia, Shopee dan Bukalapak. Dan hanya 30% saja yang hanya menggunakan *platform* Tokopedia tanpa menggunakan *platform* yang lain.

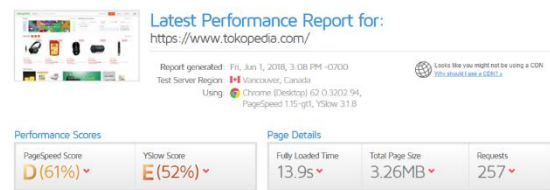
Tabel 3. Tabel Hasil Kuesioner Rata-Rata Kepuasan

| Variabel Pieces                              | RK   | Kriteria    |
|--|------|-------------|
| P Kinerja/ Performance                       | 4.29 | Sangat Puas |
| I Informasi/ Information                     | 4.38 | Sangat Puas |
| E Ekonomi/Economic                           | 4.49 | Sangat Puas |
| C Pengendalian Keamanan/ Control of Security | 4.59 | Sangat Puas |
| E Efisiensi/ Efficiency                      | 4.63 | Sangat Puas |
| S Pelayanan/ Services                        | 4.33 | Sangat Puas |

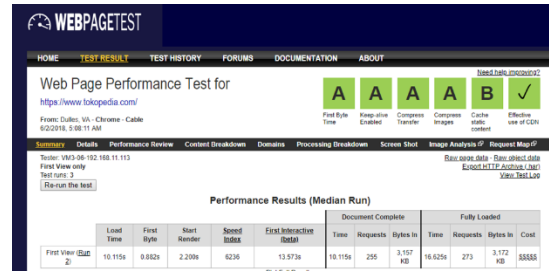
Berdasarkan hasil perhitungan jumlah rata-rata kepuasan pengguna pada pertanyaan kuesioner pertama diperoleh hasil 4,29 (lihat tabel 3) maka tingkat kepuasan pengguna dapat diartikan sangat puas. Hal ini menggambarkan bahwa pengguna platform Tokopedia merasa sangat puas dan nyaman dengan kinerja dari aplikasi Tokopedia saat ini.



Gambar 3. Hasil Pengukuran Pindom



Gambar 4. Hasil Pengukuran GT Metrix



Gambar 5. Hasil Pengukuran Webpagetest

Berdasarkan hasil pengukuran online tools seperti ditunjukkan gambar 8, 9 dan 10 menunjukkan hasil yang berbeda dimana hasil dari Pingdom memberikan peringkat B, GT Metrix memberikan peringkat D dan E serta hasil Webpagetest memberikan peringkat 4xA dan B. Perbedaan ini kemungkinan dikarenakan perbedaan cara pengukurannya.

4.2 Information

Berdasarkan hasil perhitungan jumlah rata-rata kepuasan pengguna pada pertanyaan kuesioner kedua diperoleh hasil 4,38 maka tingkat kepuasan pengguna dapat diartikan sangat puas. Hal ini menunjukkan *platform marketplace* Tokopedia telah memberikan informasi yang sangat memadai terhadap penggunaannya baik sebagai *seller* ataupun sebagai *buyer*.

4.3 Economic

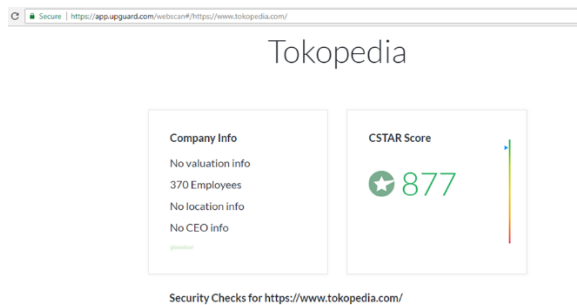
Berdasarkan hasil perhitungan jumlah rata-rata kepuasan pengguna pada pertanyaan kuesioner ketiga diperoleh hasil 4,49 (lihat tabel 3) maka tingkat kepuasan pengguna dapat diartikan sangat puas. Hal ini menunjukkan bahwa *platform marketplace* Tokopedia sangat memberikan manfaat ekonomi dalam artian memberikan kemudahan bagi *seller* untuk menjual produk di *marketplace* ini dan memberikan penghasilan tambahan atau bahkan menjadi penghasilan utamanya. Selain itu juga memberikan manfaat ekonomi bagi *buyer* dalam arti memberikan produk-produk dengan harga yang kompetitif dan terjangkau.

4.4 Control & Security

Berdasarkan hasil perhitungan jumlah rata-rata kepuasan pengguna pada pertanyaan kuesioner keempat diperoleh hasil 4,59 (lihat tabel 3) maka tingkat kepuasan pengguna dapat diartikan sangat puas. Hal ini menunjukkan *platform marketplace* ini memberikan rasa aman dalam bertransaksi karena menggunakan sistem pengaman berlapis dari mulai dari *username* dan *password login*, otentifikasi keamanan dengan OTP, secure URL dan PCI *Compliant Control Case*.

| Server                       | Test time  | Grade |
|------------------------------|--|-------|
| 1<br>47.74.175.31<br>Ready   | Tue, 29 May 2018 21:45:54 UTC<br>Duration: 150.632 sec | A     |
| 2<br>181.117.71.228<br>Ready | Tue, 29 May 2018 21:48:28 UTC<br>Duration: 155.488 sec | A     |
| 3<br>47.74.172.220<br>Ready  | Tue, 29 May 2018 21:50:57 UTC<br>Duration: 155.138 sec | A     |

Gambar 6. Hasil Pengukuran Qualys SSL Labs



Gambar 7. Hasil Pengukuran UpGuard

Pengukuran *Control of Security*/ Pengendalian Keamanan dengan menggunakan online tools Qualys SSL Labs mendapatkan grade A dan menggunakan UpGuard mendapatkan CSTAR Score sebesar 877.

#### 4.5 Efficiency

Berdasarkan hasil perhitungan jumlah rata-rata kepuasan pengguna pada pertanyaan kuesioner kelima diperoleh hasil 4,63 (lihat tabel 3) maka tingkat kepuasan pengguna dapat diartikan sangat puas. Hal ini menunjukkan *platform* Tokopedia sangat memberikan kemudahan dalam bertransaksi baik dalam versi *desktop* ataupun melalui *mobile apps*.

#### 4.6 Services

Berdasarkan hasil perhitungan jumlah rata-rata kepuasan pengguna pada pertanyaan kuesioner keenam diperoleh hasil 4,33 (lihat tabel 3) maka tingkat kepuasan pengguna dapat diartikan sangat puas. Hal ini menunjukkan *platform* Tokopedia telah memberikan pelayanan yang sangat baik bagi penggunaannya melalui fitur-fitur yang disediakan antara lain berupa fitur diskusi produk, pusat resolusi, fitur hubungi kami serta pembentukan Tokopedia *community* di tiap kota.

### 5. Kesimpulan dan Saran

#### Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil kuesioner diperoleh hasil analisis kepuasan pengguna platform marketplace Tokopedia dengan metode Pieces diperoleh hasil untuk aspek *performance* sebesar 4,29 (sangat puas), aspek *information*

sebesar 4,38 (sangat puas), aspek *economic* sebesar 4,49 (sangat puas), aspek *control of security* sebesar 4,59 (sangat puas), aspek *efficiency* sebesar 4,63 (sangat puas) dan terakhir aspek *services* sebesar 4,33 (sangat puas). Secara umum aspek penilaian *platform* Tokopedia dengan metode Pieces menunjukkan hasil yang sangat memuaskan. Namun apabila diperhatikan lebih jauh berdasarkan nilai RK (Rata-rata Kepuasan) masih ada nilai terkecil yaitu pada aspek *performance*. Untuk aspek *performance throughput* diukur berdasarkan pagesize dengan hasil Pingdom 2 MB, GT Metrix 3,26 MB dan Webpagetest 3,31 MB. Sedangkan *response time* dari Pingdom 6,08 s, GT Metrix 13,9 s dan Webpagetest 16,625 s. Untuk aspek *control & security* menggunakan *online tools* Qualys SSL Labs mendapatkan grade A dan menggunakan UpGuard mendapatkan CSTAR Score sebesar 877. Responden dalam penelitian ini adalah anggota Tokopedia *Community* Batam. Namun demikian ternyata responden tidak 100% menggunakan *platform* tunggal Tokopedia. Pengguna platform Tokopedia hanya 30%, pengguna Tokopedia, Bukalapak dan Shopee sebesar 30%, pengguna Tokopedia, Bukalapak, dan Lazada sebesar 22%, pengguna Tokopedia, Shopee dan Lazada sebesar 4%, pengguna Tokopedia, Shopee, Bukalapak dan lainnya juga 4%, pengguna Tokopedia, Shopee, Bukalapak dan Instagram sebesar 3% serta pengguna Tokopedia, Shopee sebesar 7%.

#### Saran

Responden dalam penelitian ini adalah Tokopedia *Community* Batam untuk memperkuat hasil dari kepuasan pengguna ada baiknya memperluas ataupun mengganti responden dengan pengguna yang bukan merupakan anggota Tokopedia *Community* Batam. Dalam penelitian ini pengukuran kepuasn pengguna dengan metode Pieces dilakukan juga dengan menggunakan online tools tetapi hanya terbatas pada aspek *performance* dan *control of security* sehingga kurang bisa dikatakan mewakili hasil analisis dengan *online tools* berdasarkan metode Pieces. Sehingga perlu dicari *online tools* lainnya yang bisa mewakili aspek Pieces lainnya. Yang perlu diperhatikan dalam penggunaan *online tools* adalah pemberian grading hasilnya tidak memberikan kriteria secara jelas sehingga untuk mengukur salah satu aspek pengukuran yang sama pada metode Pieces akan menghasilkan grade yang berbeda sesuai dengan kriteria masing-masing *tools* yang digunakan.

### Ucapan Terima Kasih

Terimakasih untuk semua teman-teman yang tergabung dalam Tokopedia *Community* Batam dan seluruh civitas akademi Universitas Batam sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini.

### Daftar Pustaka

- Aji, R. P., Astuti, E. S., & Susilo, H. (2013). Analisis Implementasi Sistem Informasi Pengadaan Obat Pada Instalasi Farmasi Rumah Sakit (Studi Pada Rumah Sakit Umum Dr. Saiful Anwar Malang), 1–10.
- Anggriawan, D. J., & Andrasto, T. (2014). Website Toko Online yang Terintegrasi dengan SMS Gateway Sebagai Sarana Penunjang Penjualan pada Toko Online Djokjha Shop. *Edu Komputika Journal*, 1(1), 1–11.
- APJII. (2017). Penetrasi & Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2017. *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*, 1–39.
- Garit Suhendra dan Edy Yukiarto. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Nilai Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediator (Survei Pada Pelanggan Bukalapak.Com). *Administrasi Bisnis (JAB)*, 51(2), 58–67.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2016). Infografis Indikator TIK 2016 Rumah Tangga dan Individu, 7. Retrieved from <http://www.kominfo.go.id>
- Muchammad Haidar Tegar Revaldo. (2017). *Analisis Kanal Penjualan Produk Fashion pada Tiga E-Marketplace di Indonesia ( Studi Kasus : Ziahijab.Com )*. Tugas Akhir Departemen Sistem Informasi Fakultas Teknologi Informasi Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya.
- Naif, A. (2017). Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia.com. *Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi*.
- Perkasa, D. A., Saputra, E., Fronita, M., Informasi, J. S., Sains, F., Riau, U. I. N. S., ... Belakang, A. L. (2015). Sistem Ujian Online Essay Dengan Penilaian Menggunakan Metode Latent Sematic Analysis ( Lsa ), 1(1), 1–9.
- Saputri, A. F. B. A. (2015). *Pengaruh Keamanan, Kemudahan, Dan Risiko Kinerja Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia.Com (Studi Pada Pengguna Situs Belanja Online Tokopedia.Com)*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Sari, U. K. (2013). Kepuasan Pengguna Layanan Referensi Menurut Keputusan MENPAN 63/KEP/M.PAN/7/2003 (Studi Deskriptif Tentang Layanan Referensi Pada badan Perpustakaan dan Kearsipan Propinsi Jawa Timur). *Libri-Net*, 2(2), 1–17. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Satriya, O. A. (2015). *Analisis E-Commerce Dengan Metode Pliieces Pada Situs Lazada.Co.Id*. Universitas Islam Indonesia.
- Sugara, A., & Rizki Yudhi Dewantara. (2017). Analisis Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Penggunaan Sistem Transaksi Jual Beli Online (Studi Pada Konsumen "Z"). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 52(1), 8–15.
- Supriyatna, A. (2015). Analisis Dan Evaluasi Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Perpustakaan Dengan Menggunakan Pieces Framework. *Jurnal Pilar Nusa Mandiri*, XI(1), 43–52.
- Supriyatna, A., Studi, P., & Informatika, M. (2015). Analisis Dan Evaluasi Penerapan Aplikasi Ujian Berbasis Web Dengan Metode Pieces Framework. *SWABUMI VOL III No . 1 , September 2015 ISSN 2355-990X, III(1)*, 1–15.
- Tullah, R., & Hanafri, M. I. (2014). Evaluasi Penerapan Sistem Informasi Pada Politeknik LP3I Jakarta Dengan Metode Pieces. *Jurnal Sisfotek Global*, 4(1), 22–28.
- Vania, F. S. (2017). Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia.Com. *Agora*, 5(1).
- Wijaya, N. M. (2015). Evaluasi Kepuasan Pengguna Terhadap Pelayanan di Perpustakaan Umum Daerah Tabanan. *Jurnal Ilmiah D3 Perpustakaan*, 1(1), 1–6. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>