

## Efektivitas Platform E-Commerce Dalam Mendukung Bisnis Kaos Anime

Alfian Muhammad<sup>\*1</sup>, Chandra Prasetya T.W<sup>2</sup>, Reza Fauzi<sup>3</sup>, Pramono<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer Universitas Duta Bangsa Surakarta

Email : <sup>\*</sup>[210101088@mhs.udb.ac.id](mailto:210101088@mhs.udb.ac.id), <sup>2</sup>[210101055@mhs.udb.ac.id](mailto:210101055@mhs.udb.ac.id),

<sup>3</sup>[210101101@mhs.udb.ac.id](mailto:210101101@mhs.udb.ac.id), <sup>4</sup>[pramono@udb.ac.id](mailto:pramono@udb.ac.id)

(Naskah masuk: 16 Januari 2025, diterima untuk diterbitkan: 31 Januari 2025)

### Abstrak

*Abstrak: Transformasi digital telah membuka peluang besar bagi industri kreatif, termasuk bisnis kaos custom bertema anime. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas platform e-commerce dalam mendukung pertumbuhan bisnis kaos custom Tokus Vibes. Melalui pendekatan deskriptif kualitatif, data dikumpulkan menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa platform e-commerce memungkinkan perluasan pasar, personalisasi produk, dan efisiensi operasional. Namun, tantangan seperti persaingan harga dan pengalaman pengguna yang belum optimal memerlukan strategi peningkatan. Rekomendasi meliputi optimalisasi strategi pemasaran digital, peningkatan fitur antarmuka pengguna, dan efisiensi rantai pasok untuk keberlanjutan bisnis.*

**Kata Kunci** - E-Commerce; Personalisasi Produk; Bisnis Kaos Custom

---

### Abstract

*Abstract: Digital transformation has opened vast opportunities for creative industries, including anime-themed custom T-shirt businesses. This study aims to analyze the effectiveness of e-commerce platforms in supporting the growth of the Tokus Vibes custom T-shirt business. Using a qualitative descriptive approach, data were collected through interviews, observations, and documentation. The findings reveal that e-commerce platforms enable market expansion, product personalization, and operational efficiency. However, challenges such as price competition and suboptimal user experiences demand strategic improvements. Recommendations include optimizing digital marketing strategies, enhancing user interface features, and improving supply chain efficiency for business sustainability.*

**Keywords** - E-Commerce; Product Personalization; T-Shirt Custome Business

---

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong transformasi signifikan dalam berbagai sektor bisnis, termasuk industri kreatif. Salah satu inovasi yang muncul adalah pemanfaatan platform e-commerce sebagai sarana untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan. Penerapan kecerdasan buatan dalam pengelolaan pembelajaran efektif dapat meningkatkan efisiensi operasional dan kualitas layanan dalam konteks pendidikan. Hal ini menunjukkan bahwa integrasi teknologi canggih dalam platform e-commerce berpotensi memberikan dampak positif serupa dalam konteks bisnis [1].

Dalam industri kaos anime, yang memadukan elemen budaya pop Jepang dengan kreativitas desain lokal, platform e-commerce menawarkan peluang untuk menjangkau komunitas penggemar yang luas. Pentingnya analisis data dalam pengambilan keputusan. Penerapan analisis

data serupa dalam e-commerce dapat membantu pelaku bisnis kaos anime memahami preferensi konsumen dan tren pasar, sehingga dapat menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif [2].

Selain itu, faktor motivasi dan iklim kerja juga berperan dalam kinerja karyawan, Motivasi dan iklim kerja yang positif dapat mendorong tim untuk lebih inovatif dalam mengelola platform dan berinteraksi dengan pelanggan, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen [3].

Dalam penelitian ini, kami akan mengeksplorasi lebih dalam bagaimana platform e-commerce mendukung bisnis kaos anime dari segi pemasaran, operasional, dan pengelolaan pelanggan. Penelitian ini juga akan mengidentifikasi tantangan utama yang dihadapi oleh pelaku bisnis kaos anime dalam memanfaatkan e-commerce dan menawarkan solusi strategis untuk mengatasinya.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam memahami peran platform e-commerce dalam mendukung bisnis kreatif, khususnya bisnis kaos anime, sehingga dapat menjadi referensi bagi pelaku usaha untuk memaksimalkan potensi digitalisasi dalam menjalankan bisnis mereka.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

Mengembangkan aplikasi e-commerce berbasis web untuk UMKM Brave Culture dengan mengintegrasikan elemen gamifikasi seperti poin, tantangan, level, hadiah, dan papan peringkat. Hasil survei menunjukkan bahwa penggunaan elemen gamifikasi dapat meningkatkan keterlibatan pelanggan, mempermudah proses pemesanan online, serta mendorong loyalitas pelanggan terhadap platform e-commerce [4].

Efektivitas platform e-commerce dipengaruhi oleh optimalisasi strategi personalisasi dalam meningkatkan keterlibatan pelanggan. Dalam bisnis e-commerce, fitur rekomendasi produk dan penawaran yang disesuaikan memberikan nilai tambah dengan memungkinkan konsumen mendapatkan pengalaman berbelanja yang lebih relevan. Penerapan strategi digital yang tepat terbukti mampu meningkatkan loyalitas pelanggan serta memperkuat daya saing bisnis. [5].

Optimalisasi fitur personalisasi dalam sistem e-commerce berperan penting dalam meningkatkan pengalaman pengguna. Penerapan strategi personalisasi memungkinkan bisnis menghadirkan rekomendasi produk yang lebih relevan, meningkatkan keterlibatan pelanggan, serta mempermudah proses pencarian produk sesuai preferensi konsumen. [6].

Mengembangkan platform pemesanan kaos custom berbasis web dengan fitur desain interaktif serta integrasi pembayaran digital. Sistem ini memungkinkan pelanggan untuk menyesuaikan desain kaos secara fleksibel dan menyediakan opsi transaksi yang aman serta efisien melalui layanan pembayaran online [7].

Menganalisis dampak personalisasi produk, kualitas pengalaman pengguna, dan tingkat kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan dalam e-commerce di Indonesia. Bahwa pengalaman pengguna yang optimal dan fitur personalisasi yang relevan berkontribusi secara signifikan dalam meningkatkan kepercayaan serta kepuasan pelanggan [8].

Menganalisis dampak kualitas layanan situs e-commerce dan mutu produk terhadap kepuasan pelanggan pada bisnis distro pakaian menunjukkan bahwa perbaikan dalam aspek fungsionalitas situs e-commerce serta peningkatan kualitas produk berkontribusi secara signifikan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan [9].

Pengembangan sistem e-commerce dengan fitur kustomisasi desain memungkinkan pelanggan menyesuaikan produk secara online, meningkatkan interaksi serta pengalaman berbelanja, dan memperkuat daya saing bisnis di era digital [10].

Dengan merujuk pada penelitian-penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa efektivitas platform e-commerce dalam mendukung bisnis kaos custom sangat bergantung pada kemampuan untuk mengintegrasikan teknologi, pemasaran digital, dan fitur personalisasi guna meningkatkan kepuasan pelanggan dan daya saing di pasar.

### 3. METODE PENELITIAN

#### 3.1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menganalisis efektivitas platform e-commerce dalam mendukung bisnis kaos custom Tokus Vibes. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman yang mendalam melalui interaksi langsung dengan subjek penelitian.

Penggunaan metode deskriptif kualitatif dalam penelitian ini relevan karena memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap pengalaman dan perspektif pemilik usaha, karyawan, dan pelanggan Tokus Vibes. Dengan demikian, pendekatan ini dapat mengungkap berbagai faktor yang memengaruhi efektivitas platform e-commerce dalam meningkatkan daya saing bisnis.

#### 3.2. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini melibatkan dua jenis sumber data, yaitu data primer dan data sekunder, yang diperoleh melalui metode berikut:

##### 1. Data Primer

- 1) Wawancara Mendalam: Data primer dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur dengan pemilik usaha, karyawan, dan pelanggan Tokus Vibes. Wawancara ini dirancang untuk menggali pengalaman mereka dalam menggunakan platform e-commerce, tantangan yang dihadapi, serta peluang yang muncul. Pedoman wawancara disusun dengan fokus pada tema utama penelitian seperti efektivitas pemasaran, pengalaman pengguna, dan fitur kustomisasi produk.
- 2) Observasi Partisipatif: Observasi dilakukan secara langsung terhadap aktivitas operasional Tokus Vibes, meliputi proses pemasaran, pengelolaan pesanan, hingga interaksi dengan pelanggan. Teknik ini digunakan untuk memahami lebih dalam bagaimana platform e-commerce dimanfaatkan dalam konteks bisnis sehari-hari.

##### 2. Data Sekunder Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber yang mendukung analisis penelitian, antara lain:

- 1) Studi literatur yang relevan dengan tema penelitian.
- 2) Artikel jurnal dan laporan industri mengenai pemanfaatan e-commerce di sektor UMKM.
- 3) Data statistik terkait tren pasar fashion custom.
- 4) Dokumen bisnis internal Tokus Vibes, seperti data penjualan dan laporan operasional.

#### 3.3. Teknik Sampling

Populasi dalam penelitian ini mencakup pelaku bisnis kecil dan menengah (UMKM) di bidang fashion custom serta konsumen yang menggunakan layanan e-commerce. Sampel dipilih secara purposive dengan kriteria berikut:

1. Pelaku usaha yang aktif menggunakan e-commerce untuk menjual produk fashion custom.
2. Konsumen yang pernah membeli kaos custom melalui platform Tokus Vibes. Pendekatan purposive sampling dipilih karena dapat memastikan subjek penelitian memiliki relevansi langsung dengan fokus penelitian.

### 3.4. Teknik Analisis Data

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan metode analisis tematik. Proses analisis meliputi tahapan berikut:

1. Reduksi Data: Informasi yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi direduksi untuk memilih data yang relevan dengan fokus penelitian.
2. Kategorisasi: Data yang telah direduksi dikelompokkan berdasarkan tema utama, seperti efektivitas pemasaran, pengalaman pengguna, dan fitur kustomisasi produk.
3. Interpretasi Data: Peneliti menganalisis pola, hubungan, dan temuan utama untuk menjelaskan kontribusi platform e-commerce terhadap keberhasilan bisnis Tokus Vibes.
4. Validasi Temuan: Hasil analisis diverifikasi melalui triangulasi data dengan membandingkan informasi dari berbagai sumber.

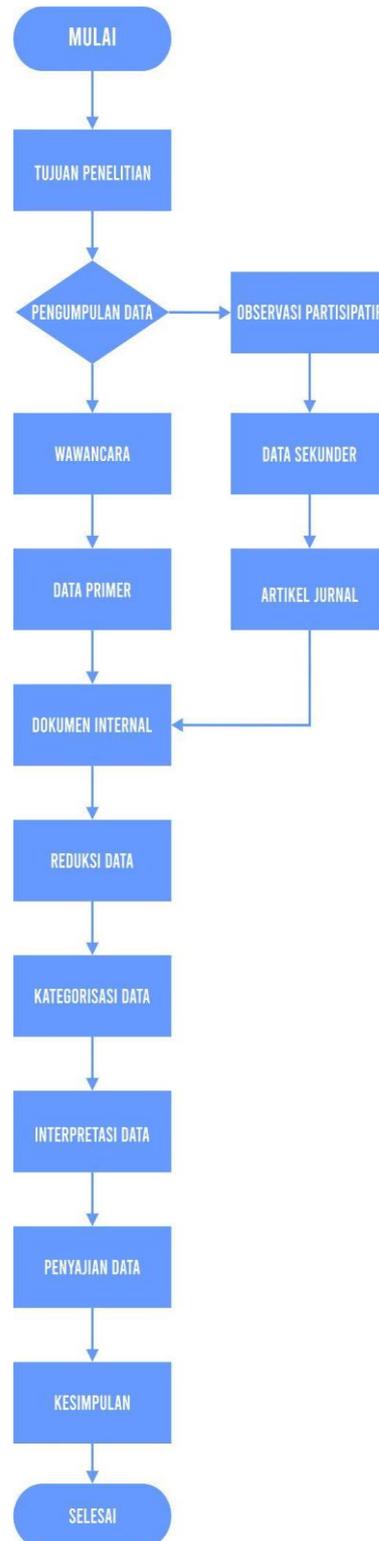
### 3.5. Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Pedoman Wawancara: Berisi daftar pertanyaan yang dirancang untuk menggali informasi mendalam terkait pengalaman dan perspektif subjek penelitian.
2. Lembar Observasi: Digunakan untuk mencatat temuan selama observasi langsung terhadap aktivitas operasional Tokus Vibes.
3. Alat Dokumentasi: Meliputi perangkat perekam audio untuk wawancara dan kamera untuk dokumentasi visual selama proses observasi.

### 3.6. Diagram Alur Penelitian

Proses metodologi penelitian ini divisualisasikan melalui diagram alur (flowchart) untuk memberikan gambaran sistematis tentang langkah-langkah yang dilakukan. Gambar 3.1 di bawah ini menunjukkan tahapan penelitian, mulai dari pengumpulan data hingga analisis temuan.



Gambar 1. Flowchart Alur Penelitian

## 4. ANALISIS HASIL PENELITIAN

Hasil analisis data yang diperoleh melalui proses penelitian disajikan dalam bagian ini. Data yang dikumpulkan dari wawancara, observasi, dan dokumentasi diolah menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menjawab tujuan penelitian mengenai efektivitas platform e-commerce dalam mendukung bisnis kaos custom Tokus Vibes.

### 4.1. Reduksi Data

Proses reduksi data dilakukan untuk menyaring informasi yang relevan dengan fokus penelitian. Data yang dianggap tidak signifikan atau tidak relevan dengan tujuan penelitian dieliminasi untuk menjaga efisiensi analisis. Contoh data yang direduksi meliputi wawancara yang tidak berkaitan langsung dengan pemanfaatan platform e-commerce oleh Tokus Vibes.

### 4.2. Kategorisasi Data

Setelah data direduksi, informasi yang relevan dikelompokkan ke dalam beberapa kategori utama:

1. Efektivitas Pemasaran  
Data terkait strategi pemasaran yang dilakukan melalui platform e-commerce, termasuk promosi, target pasar, dan peningkatan jangkauan pelanggan.
2. Pengalaman Pengguna (User Experience)  
Data yang mencakup pengalaman pelanggan dalam menggunakan platform e-commerce untuk memesan kaos custom, termasuk kemudahan penggunaan, kepuasan, dan kendala yang dihadapi.
3. Pengelolaan Pelanggan  
Informasi mengenai bagaimana Tokus Vibes memanfaatkan fitur e-commerce untuk membangun hubungan dengan pelanggan, seperti pengelolaan pesanan dan layanan pelanggan.
4. Tantangan Teknis  
Data mengenai kendala teknis yang dihadapi dalam menggunakan platform e-commerce, seperti masalah teknis pada sistem atau integrasi dengan proses bisnis lainnya.

### 4.3. Teknik Analisis Data

#### 4.3.1. Reduksi Data

Data yang dikumpulkan dari wawancara, observasi, dan dokumentasi terlebih dahulu diseleksi untuk memastikan relevansi dengan tujuan penelitian. Informasi yang dianggap kurang signifikan atau tidak terkait dengan fokus penelitian akan dieliminasi untuk menjaga efisiensi analisis.

#### 4.3.2. Kategorisasi Data

Data yang telah diseleksi kemudian dikelompokkan ke dalam tema utama, seperti efektivitas pemasaran, pengalaman pengguna (user experience), pengelolaan pelanggan, dan tantangan teknis. Kategorisasi ini dilakukan untuk mempermudah peneliti dalam memahami konteks dan hubungan antar variabel yang diteliti.

#### 4.3.3. Interpretasi Data

Setiap kategori dianalisis lebih lanjut untuk mengidentifikasi pola-pola tertentu. Misalnya, dalam kategori pengalaman pengguna, data dianalisis

untuk menemukan kendala yang sering dihadapi pelanggan serta langkah-langkah yang telah diambil untuk meningkatkan pengalaman tersebut. Hasil analisis ini menjadi dasar untuk merumuskan solusi strategis.

#### 4.3.4. Triangulasi Data

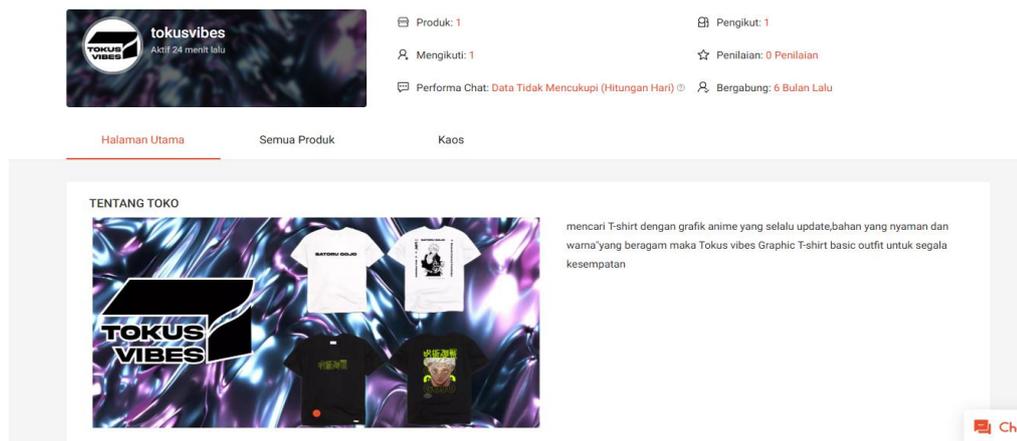
Validasi data dilakukan melalui triangulasi, yaitu dengan membandingkan informasi dari berbagai sumber data (wawancara, observasi, dan dokumentasi). Pendekatan ini digunakan untuk memastikan konsistensi temuan dan mengurangi bias dalam interpretasi.

#### 4.3.5. Penyajian Data

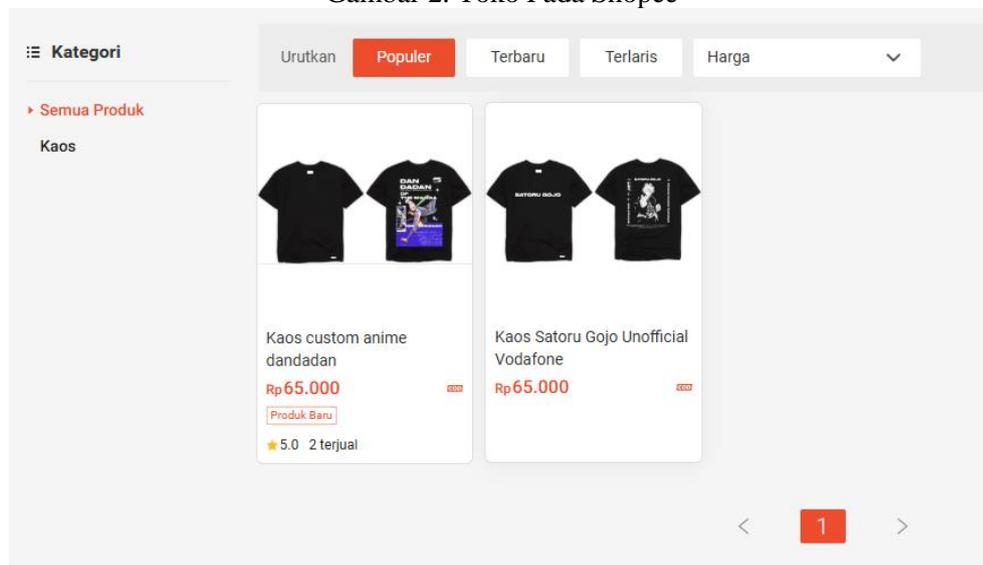
Data yang telah dianalisis disajikan dalam bentuk deskriptif dengan narasi yang didukung tabel, grafik, atau diagram untuk memperjelas hubungan dan temuan yang diperoleh. Hasil analisis ini kemudian dibandingkan dengan teori atau penelitian sebelumnya untuk memberikan perspektif yang lebih komprehensif.

## 5. HASIL DAN PEMBAHASAN

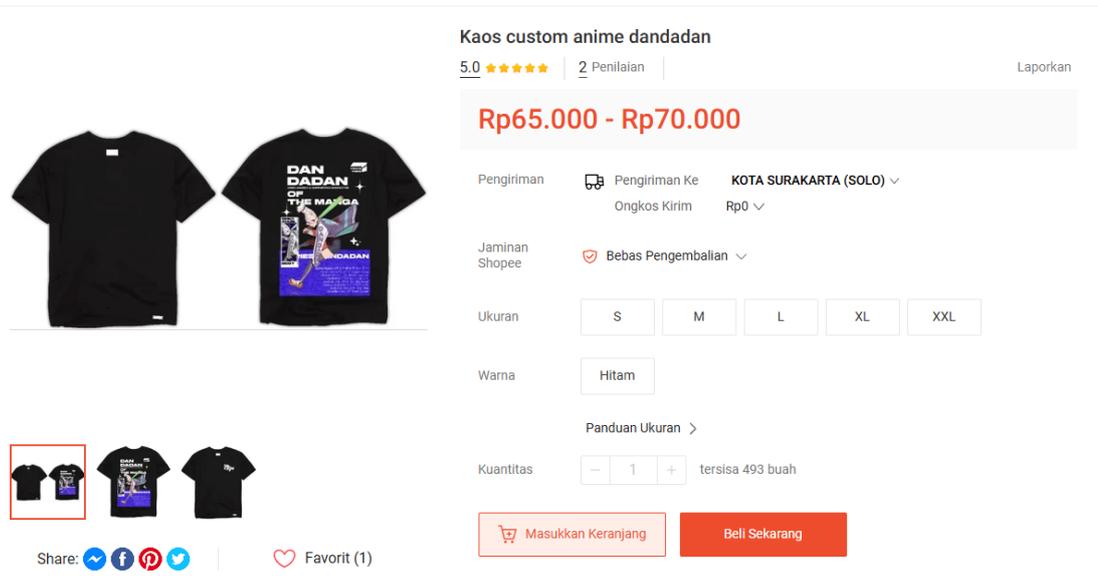
### 5.1 Penjualan melalui E-Commerce (Shopee)



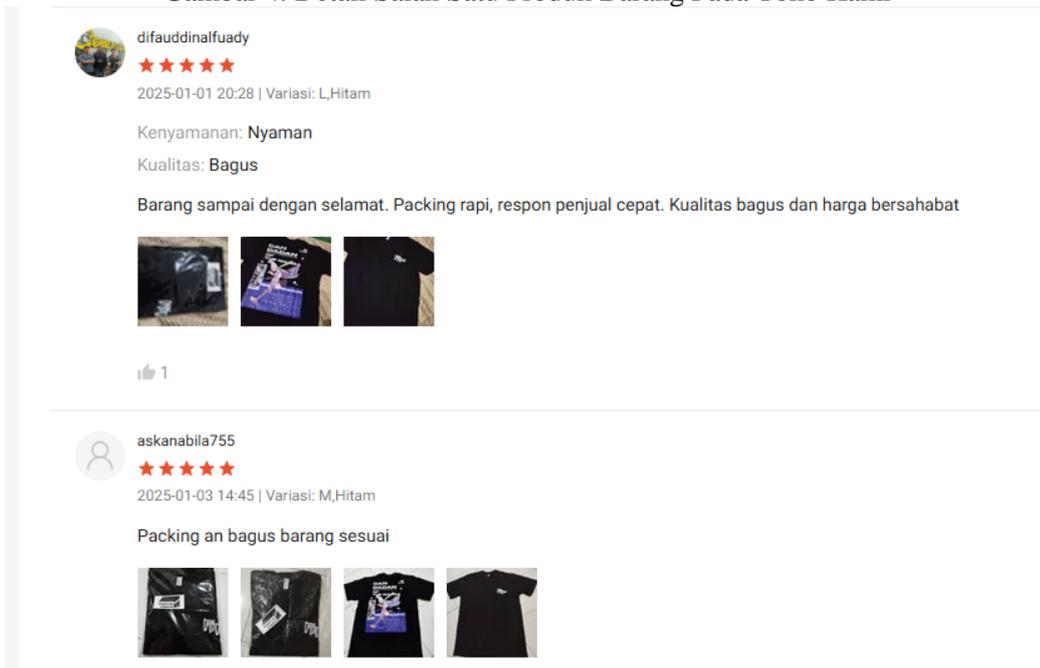
Gambar 2. Toko Pada Shopee



Gambar 3. Produk Pada Toko Kami



Gambar 4. Detail Salah Satu Produk Barang Pada Toko Kami



Gambar 5. Detail Penilaian Produk

## 5.2 Biaya Produksi dan Penjualan

Tabel 1. Biaya, Produksi dan Penjualan

Keterangan	Nominal
------------	---------

<b>Bahan Baku Kaos</b>	Rp30.000
<b>Biaya Print DTF</b>	Rp20.000
<b>Biaya Produksi Lainnya</b>	Rp5.000
<b>Total = Biaya Bahan Baku + Biaya Print DTF + Biaya Produksi Lainnya</b>	Total = Rp 30.000 + Rp 20.000 + Rp 5.000 = Rp 55.000
<b>Harga Jual</b>	Rp 70.000
<b>Keuntungan = Harga Jual – Total Biaya Produksi</b>	Keuntungan = Rp 70.000 - Rp 55.000 = Rp 15.000

#### Kesimpulan

Dengan harga jual Rp 70.000, keuntungan yang diperoleh adalah Rp 15.000 per kaos setelah mengeluarkan biaya produksi sebesar Rp 55.000.

#### 5.3 Solusi Masalah

Berdasarkan hasil analisis, beberapa solusi strategis disusun untuk mengatasi tantangan utama yang dihadapi oleh bisnis kaos custom Tokus Vibes dalam memanfaatkan platform e-commerce. Solusi ini dirancang untuk meningkatkan daya saing, kepuasan pelanggan, dan efisiensi operasional. Berikut adalah rincian solusi yang diusulkan:

1. Optimalisasi Fitur Kustomisasi
  - 1) Menyederhanakan antarmuka fitur kustomisasi agar lebih intuitif dan mudah digunakan oleh pelanggan.
  - 2) Menyediakan panduan interaktif, seperti video tutorial atau langkah-langkah visual, untuk membantu pelanggan memahami fitur dengan lebih baik.
  - 3) Menambahkan simulasi produk untuk memberikan pratinjau hasil desain kaos sebelum pembelian selesai, sehingga mengurangi ketidaksesuaian antara ekspektasi dan hasil akhir.
2. Strategi Pemasaran Digital yang Lebih Terarah
  - 1) Menggunakan pendekatan storytelling di media sosial untuk menunjukkan proses kreatif di balik pembuatan produk.
  - 2) Berkolaborasi dengan influencer di komunitas anime untuk meningkatkan eksposur merek dan menarik perhatian pelanggan baru.
  - 3) Meluncurkan koleksi kaos edisi terbatas untuk menciptakan eksklusivitas dan meningkatkan minat pembelian.
3. Efisiensi Produksi dan Logistik
  - 1) Mengadopsi sistem inventori berbasis cloud untuk memantau stok secara real-time dan mencegah kekurangan bahan.
  - 2) Bekerja sama dengan layanan pengiriman yang menawarkan harga kompetitif serta waktu pengiriman yang cepat untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.
  - 3) Mengeksplorasi pemasok bahan baku alternatif dengan kualitas tinggi dan harga lebih ekonomis.
4. Penguatan Hubungan Pelanggan

- 1) Menerapkan program loyalitas berbasis poin, yang dapat ditukarkan dengan diskon atau produk gratis untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.
- 2) Membuka saluran komunikasi yang responsif untuk menerima masukan pelanggan, serta memberikan apresiasi kepada pelanggan setia.

#### 5.4. Laporan Kepuasan Pelanggan

Sebagai bagian dari analisis terhadap pengalaman pengguna, penelitian ini mencakup evaluasi kepuasan pelanggan berdasarkan survei yang dilakukan. Survei ini dirancang untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan Tokus Vibes dalam berbagai aspek, meliputi:

1. Kualitas Produk: Pelanggan memberikan penilaian terhadap bahan, desain, dan daya tahan kaos custom yang diterima.
2. Kemudahan Penggunaan Platform: Evaluasi terhadap antarmuka platform e-commerce, termasuk kemudahan navigasi, proses pemesanan, dan fitur kustomisasi.
3. Kecepatan Pengiriman: Tingkat kepuasan terhadap waktu yang diperlukan mulai dari pemesanan hingga barang diterima.
4. Layanan Pelanggan: Penilaian terhadap responsivitas dan kualitas layanan yang diberikan.
5. Pengalaman Belanja Keseluruhan: Keseluruhan kepuasan pelanggan selama bertransaksi dengan Tokus Vibes.

Hasil survei menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa puas atau sangat puas terhadap kualitas produk dan kemudahan penggunaan platform e-commerce. Namun, terdapat beberapa masukan terkait peningkatan pada kecepatan pengiriman dan pengembangan fitur pelacakan pesanan secara lebih real-time. Pelanggan juga mengapresiasi fitur kustomisasi yang intuitif, meskipun beberapa responden menginginkan lebih banyak opsi desain dan warna. Temuan ini memberikan wawasan penting untuk peningkatan layanan yang dapat mendukung keberlanjutan bisnis Tokus Vibes.

#### 5.5. Kesimpulan

Penelitian ini telah berhasil mengidentifikasi berbagai faktor yang mempengaruhi efektivitas platform e-commerce dalam mendukung bisnis kaos custom Tokus Vibes. Hasil penelitian menunjukkan bahwa platform e-commerce memainkan peran penting dalam memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta memungkinkan personalisasi produk yang lebih baik sesuai preferensi pelanggan. Meskipun demikian, tantangan seperti persaingan harga yang ketat dan pengalaman pengguna yang perlu ditingkatkan masih menjadi kendala utama dalam menjalankan bisnis ini.

Berdasarkan temuan tersebut, beberapa langkah strategis direkomendasikan untuk meningkatkan kinerja platform e-commerce Tokus Vibes. Di antaranya adalah optimalisasi antarmuka pengguna, pengembangan strategi pemasaran digital yang lebih terarah, serta peningkatan sistem logistik untuk mendukung pengiriman yang lebih efisien. Dengan implementasi solusi ini, diharapkan Tokus Vibes dapat lebih bersaing di pasar dan memastikan kepuasan pelanggan yang lebih tinggi, yang pada gilirannya akan mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] N. Nurohman, S. Saryadi, F. Ilmu, K. Sistem, I. Universitas, and D. Bangsa, “Pelatihan Pemanfaatan Artificial Intelligence pada Dosen Fakultas Ilmu Komputer Universitas Duta Bangsa Surakarta dalam Pengelolaan Pembelajaran Efektif Training on the Utilization of Artificial Intelligence for Lecturers of the Faculty of Computer Science ,” no. 3, pp. 128–138, 2024.
- [2] A. I. Pradana *et al.*, “PERBANDINGAN DATA UNTUK MEMPREDIKSI KETEPATAN STUDI Keberhasilan merupakan tujuan yang menempuh Salah satu keberhasilan mahasiswa tersebut dapat dilihat dari ketepatan waktu dalam menyelesaikan Keberhasilan studi mahasiswa dalam menjalani proses pendidika,” vol. 8, no. 2, pp. 221–228, 2024.
- [3] I. W. Indra Hastuti, “Indra Hastuti 2) Universitas Duta Bangsa Surakarta,” no. September, pp. 171–176, 2019.
- [4] M. A. N. D. Firmansyah, J. Lemantara, and A. D. Churniawan, “Aplikasi Penjualan Pakaian Berbasis Website pada UMKM Brave Culture dengan Penerapan Gamification,” *J. Ilmu Komput.*, vol. 16, no. 1, p. 53, 2023.
- [5] L. A. Nazwa and S. Faradila, “Optimalisasi Strategi Hyper-Personalisasi untuk Meningkatkan Loyalitas Konsumen pada Platform E-Commerce Lokal,” vol. 1, no. 4, pp. 1941–1945, 2024.
- [6] Tarmizi and Lidiana, “Enhancing User Experience in E-commerce through Personalization Algorithms A Study on Information System Design,” *J. Informatic, Educ. Manag.*, vol. 6, no. 1, pp. 24–28, 2024, doi: 10.61992/jiem.v6i1.59.
- [7] M. Luthfi and Asmunin asmunin, “Rancang bangun aplikasi pemesanan kaos custom menggunakan fabric js dan pembayaran melalui midtrans payment gateway,” *Tek. Inform. Fak. Tek. Univ. Negeri Surabaya*, vol. 11, no. 1, pp. 1–10, 2022, [Online]. Available: <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jurnal-manajemen-informatika/article/view/38376>
- [8] E. T. Endarwati, Y. Indriany, R. Rusdianto, N. N. Suarniki, and L. Pratiwi, “The Effect of Product Personalization, User Experience, and Consumer Trust on the Level of E-Commerce Consumer Satisfaction in Indonesia,” *J. Bisnismen Ris. Bisnis dan Manaj.*, vol. 6, no. 1, pp. 163–179, 2024, doi: 10.52005/bisnismen.v6i1.239.
- [9] Mukhamad Kholil Aswan and Syamsul Hadi, “Analisis Pengaruh Website E-Commerce Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Clothing Distro Yogyakarta,” *J. Visi Manaj.*, vol. 8, no. 3, pp. 167–175, 2022, doi: 10.56910/jvm.v8i3.231.
- [10] P. lucky tirma Irawan and D. Rozando, “Rancang Bangun Sistem E-commerce Clothing Store dan Modul Custom Design Lab Terintegrasi,” *Smatika J.*, vol. 10, no. 01, pp. 1–9, 2020, doi: 10.32664/smatika.v10i02.397.