

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Responden yang terhormat,

Saya mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unika Soegijapranata Semarang. Saya sedang melakukan penelitian skripsi yang berjudul: UPAYA PENGEMBANGAN PASAR MELALUI PEMASARAN ONLINE PADA THIRSA SHOES. Untuk mendukung hasil penelitian ini saya membuat kuesioner ini. Oleh karena itu, saya mohon ketersediaan saudara/saudari untuk mengisi kuesioner ini. Saya ucapkan banyak terimakasih atas kerjasamanya dalam mengisikuesioner ini.

A. IDENTITAS RESPONDEN

Nama usaha : Thirsa Shoes
Berdiri sejak : Januari 2017
Alamat : Jl. Barito No. 52 Melatiharjo, Semarang Timur,
Jawa Tengah 50126
No. Telepon : 085290715338
Usia : 24 tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Mulai E-Commerce : Januari 2017
Jenis E-Commerce yg digunakan :

1. Shoppe
2. Instagram

B. PERTANYAAN UMUM

I. Profil Usaha

1. Media internet saya gunakan untuk memberikan informasi penjualan berupa :
Shoppe, Instagram, Whatsapp dan Line

2. Dalam berkomunikasi lebih lanjut dengan konsumen mengenai informasi tambahan produk melalui layanan contact person berupa : Whatsapp dan Line
3. Pemesanan oleh konsumen dilakukan melalui contact person berupa :
Whatsapp dan Line
4. Pemesanan oleh konsumen dilakukan melalui internet (*e-commerce* yang digunakan)
Shoppe, Instagram
5. Sistem pembayaran oleh konsumen dilakukan melalui internet
Jenis Sistem Pembayaran :
 - a. Mbanking
 - b. Internet Banking
6. Sistem pembayaran oleh konsumen bisa dilakukan dengan sistem cash / cash on delivery (COD)
Tidak bisa, karena harus melalui transfer antar bank.

II. Manfaat yang dirasakan dengan menerapkan e-commerce

1. a. Dengan menerapkan e-commerce, jenis promosi apa saja yang bisa Anda lakukan ?
Gratis ongkir dan potongan harga
 - b. Apa manfaat yang Anda rasakan dengan rutin melakukan promosi ?
Mendapatkan lebih banyak orderan penjualan dan mendapatkan konsumen baru.
2. Apakah dengan menerapkan e-commerce, mempermudah Anda pencarian supplier ?

Ya, karena supplier juga menggunakan e-commerce seperti Shopee dan Instagram.

3. Apakah dengan menerapkan e-commerce meningkatkan keamanan bertransaksi ?

Ya. Karena tidak langsung ke rekening supplier tetapi masuk ke dalam rekening Shoppe terlebih dahulu dan kemudian dicairkan setelah barang dikirim.

B. PERTANYAAN KUESIONER

PETUNJUK PENGISIAN:

Mohon ketersediaan Anda untuk memberikan tanda (V) sesuai dengan pilihan Anda masing-masing. Terima Kasih.

Keterangan:

Y : Ya

T : Tidak

Kuesioner Untuk Pemilik

E-Commerce

No.	PERTANYAAN	Jawaban	
		Ya	Tidak
1.	Penerapan E-Commerce sudah banyak dilakukan dalam melakukan transaksi ? Ya. Sudah biasanya di e-commerce Shopee.co.id	✓	
2.	Penerapan E-Commerce berguna untuk memperluas pangsa pasar? Ya, melalui e-commerce memperluas pangsa pasar hingga ke luar pulau Jawa dan luar Indonesia.	✓	
3.	Manfaat yang dirasakan atau diperoleh dengan menggunakan e-commerce lebih besar dari biaya yang		✓

	dikeluarkan ? Tidak, manfaat yang didapatkan justru lebih besar dari biaya yang dikeluarkan. Karena membuat e-commerce tidak dipungut biaya alias gratis. Kecuali jika kita mengiklankan produk (iklan berbayar).		
4.	Penggunaan media internet untuk menjelaskan produk ? Ya, di setiap produk yang diupload di Shopee akan dijelaskan detail produk yang ada. Di bagian deskripsi, mengenai panjang, lebar, tinggi, dan berat produk. Serta warna dan video.	✓	
5.	Konsumen melakukan pemesanan melalui internet ? Ya, melalui Shopee, Whatsapp dan Instagram.	✓	

Pemasaran Online

No.	PERTANYAAN	Jawaban
1.	Apakah Thirsa Shoes melakukan proses jual beli produk dan informasi di internet maupun jasa layanan online lainnya ? Ya, Thirsa Shoes melakukan proses jual beli produk dan informasi di internet maupun jasa layanan online lainnya. Di internet Thirsa Shoes memasang foto dan video produk yang terdiri dari sepatu, pita, sandal dan lain-lain. Disertai dengan informasi yang lengkap.	✓
2.	Apakah Thirsa Shoes termasuk ke dalam penggolongan e-commerce berdasarkan sifat transaksinya, yaitu Business to Consumer (B2C), Business to Business (B2B), Consumer to Consumer (C2C), Peer-to-peer (P2P), Mobile Commerce (M-Commerce) ?	✓

	<p>Thirsa Shoes termasuk Business to Consumer (B2C). Karena transaksi yang dilakukan oleh Thirsa Shoes dan pembeli individu. Selain itu Thirsa Shoes juga menciptakan hubungan langsung dengan konsumen tanpa adanya perantara seperti distributor ataupun pedagang grosir.</p>		
3.	<p>Apakah Thirsa Shoes berdasarkan pada mekanisme perdagangan dalam sistem e-commerce yang dibagi menjadi rantai nilai, mulai dari E-Products dan E-Services, E-Procurement, E-Marketing, E-Contracting, E-Payment E-Distribution, hingga E-Customer Relationship Management ?</p> <p>Dalam hal E-Products, pemilik Thirsa Shoes mengambil gambar dari supplier melalui internet kemudian diedit menggunakan watermark kemudian diupload di e-commerce.</p> <p>Dalam hal E-Services, misal ada konsumen yang bertanya, apakah bisa custom, apakah bisa model standar atau model premium, kisaran harga dan perbedaan harga dari kualitas tersebut.</p> <p>E-Procurement, misal ada konsumen yang melakukan penawaran harga yang sesuai budget. Maka pemilik juga melakukan penawaran harga kepada supplier.</p> <p>E-Marketing, misal Thirsa Shoes memberikan diskon atau promo ongkir, ada model baru maka Thirsa Shoes akan mengkomunikasikan kepada konsumen melalui internet.</p>	✓	

	<p>E-Contracting, misal Thirsa Shoes membuat format order kepada konsumen mengenai jumlah, jenis barang, ukuran, jenis warna. alamat, telepon melalui internet.</p> <p>E- Payment, setelah melakukan format order, maka konsumen melakukan pembayaran melalui transfer bank. Baik atm, mbanking maupun ebanking. Kemudian pemilik Thirsa Shoes melakukan pembayaran ke supplier.</p> <p>E-Distribution, sesudah melakukan pembayaran maka barang akan dikirimkan melalui pemilik, lalu dilakukan packing ulang untuk dikirimkan ke konsumen.</p> <p>E-Customer Relationship Management, meskipun setelah melakukan transaksi. Pemilik Thirsa Shoes tetap menjalin komunikasi dengan konsumen. Misalkan menanyakan barang yang dikirimkan sudah sampai atau belum, ada kerusakan produk atau tidak, serta ke depannya tetap menginformasikan barang-barang baru dari Thirsa Shoes.</p>		
4.	<p>Apakah Thirsa Shoes mendapatkan keuntungan sistem e-commerce bagi perusahaan seperti memperpendek jarak, memperluas pasar, memperluas jaringan mitra bisnis, efisiensi ?</p> <p>Ya, Thirsa Shoes mendapatkan keuntungan dari sistem e-commerce. Karena melalui e-commerce konsumen lebih percaya terhadap</p>	✓	

	<p>usaha Thirsa Shoes, konsumen mendapatkan berbagai promo dari e-commerce. Juga dapat memperpendek jarak, memperluas pasar dan jaringan mitra bisnis ketika berhubungan bisnis dengan <i>klien</i> atau <i>customer</i> yang ada di luar pulau. Sehingga e-commerce membawa keuntungan bagi Thirsa Shoes.</p>		
5.	<p>Apakah Thirsa Shoes memiliki beberapa kelebihan yang dimiliki proses jual-beli e-commerce dan tidak dimiliki proses jual beli yang dilakukan secara offline, seperti Produk yang dapat diperjual-belikan dan dipasarkan melalui internet, tempat menjual produk di internet yang memiliki domain dan hosting, cara menerima pesanan melalui email, telepon, chat dengan WhatsApp dan Line, cara pembayaran dapat melalui Credit Card, transfer, M-Banking, tunai, metode pengiriman menggunakan ekspedisi Pos Indonesia, JnT, JNE dan terdapat customer service berupa email, telepon, chat WhatsApp Line ?</p> <p>Ya, dengan adanya sistem e-commerce, Thirsa Shoes mendapatkan peningkatan order, karena dapat menjangkau konsumen baik dari pulau Jawa dan maupun dari luar negeri. Selain itu, melalui sistem e-commerce dapat melakukan transaksi jual-beli karena tidak adanya batasan waktu. Untuk pembayaran melalui transfer m-banking serta e-banking sehingga sangat</p>	✓	

	<p>mempermudah dalam melakukan pembayaran. Untuk pengiriman menggunakan ekspedisi sehingga bisa mengirimkan dengan cepat, dan mempersingkat jarak dan waktu, sehingga bisa mengirim juga ke seluruh Indonesia sampai ke luar negeri. Terdapat customer service berupa Line, WhatsApp dengan keuntungannya bisa online hingga 24jam, tidak perlu konsumen dengan pembeli harus bertemu tatap muka, cukup dengan chat via online saja bisa order melakukan transaksi jual-beli lebih efisien waktu.</p>		
--	---	--	--

Pengembangan Pasar

No.	PERTANYAAN	Jawaban	
1.	<p>Apakah Thirsa Shoes menggunakan media promosi penjualan yang menarik ?</p> <p>Ya, karena media promosi Thirsa Shoes dilakukan melalui Shoppe dan Instagram. Serta dalam setiap produk diberikan detail harga, bahan dan warna yang tersedia.</p>	✓	
2.	<p>Apakah Thirsa Shoes menggunakan desain iklan yang menarik ?</p> <p>Ya. Thirsa Shoes menggunakan desain iklan yang menarik seperti paada saat iklan foto dan vidoe produk sepatu dan lainnya-mempunyai gambaran visual dengan komposisi warna yang pas, gambar background, tema iklan, musik dan</p>	✓	

	pemilihan kata-kata promosi yang tepat.		
3.	Apakah Thirsa Shoes menggunakan pemasaran langsung (melalui internet) ? Ya, Thirsa Shoes menggunakan pemasaran langsung (internet, email dan lain-lain). Internet dilakukan melalui Instagram, Shoppe dan Whatsapp.	✓	

Kuesioner Untuk Penasehat Usaha

E-Commerce

No.	PERTANYAAN	Jawaban	
		Ya	Tidak
1.	Penerapan E-Commerce sudah banyak dilakukan dalam melakukan transaksi ? Ya. Sudah transaksi biasanya dilakukan di e-commerce Shopee.co.id	✓	
2.	Penerapan E-Commerce berguna untuk memperluas pangsa pasar? Ya, melalui e-commerce memperluas pangsa pasar mulai dari kelas anak kecil hingga orang dewasa bahkan orang tua sekmen kelas menengah keatas.	✓	
3.	Manfaat yang dirasakan atau diperoleh dengan menggunakan e-commerce lebih besar dari biaya yang dikeluarkan ? Tidak. Pada tahap awal mendirikan online shop pemilik harus mengeluarkan beberapa biaya untuk daftar merk sendiri dan untuk kartu nama maupun keterangan produk sebagai identitas online shop, tetapi setelah berangsur-angsur pemilik mendapat pesanan yang		✓

	cukup banyak menjadikan manfaat yang diperoleh saat penjualan di e-commerce lebih besar daripada biaya yang dikeluarkan.		
4.	Penggunaan media internet untuk menjelaskan produk ? Ya, di setiap produk yang diupload di Shopee akan dijelaskan detail produk yang ada. Di bagian deskripsi, mengenai panjang, lebar, tinggi, dan berat produk. Serta warna dan video.	✓	
5.	Konsumen melakukan pemesanan melalui internet ? Ya, melakukan transaksi melalui Shopee, Whatsapp dan Instagram.	✓	

Pemasaran Online

No.	PERTANYAAN	Jawaban
1.	Apakah Thirsa Shoes melakukan proses jual beli produk dan informasi di internet maupun jasa layanan online lainnya ? Ya, Thirsa Shoes melakukan proses jual beli produk dan informasi di internet maupun jasa layanan online lainnya. Di internet Thirsa Shoes memasang foto dan video produk yang terdiri dari sepatu, pita, sandal, shoecaps dan lain-lain. Disertai dengan informasi yang lengkap.	✓
2.	Apakah Thirsa Shoes termasuk ke dalam penggolongan e-commerce berdasarkan sifat transaksinya, yaitu Business to Consumer (B2C), Business to Business (B2B), Consumer to Consumer (C2C), Peer-to-peer (P2P), Mobile Commerce (M-Commerce) ?	✓

	<p>Thirsa Shoes termasuk Business to Consumer (B2C). Karena transaksi yang dilakukan oleh Thirsa Shoes dan pembeli individu. Selain itu Thirsa Shoes juga menciptakan hubungan langsung dengan konsumen tanpa adanya perantara seperti distributor agen ataupun pedagang grosir.</p>		
3.	<p>Apakah Thirsa Shoes berdasarkan pada mekanisme perdagangan dalam sistem e-commerce yang dibagi menjadi rantai nilai, mulai dari E-Products dan E-Services, E-Procurement, E-Marketing, E-Contracting, E-Payment E-Distribution, hingga E-Customer Relationship Management ?</p> <p>Dalam hal E-Products, pemilik Thirsa Shoes mengambil gambar dari supplier melalui internet kemudian diedit menggunakan watermark kemudian diupload di e-commerce.</p> <p>Dalam hal E-Services, misal ada konsumen yang bertanya, apakah bisa custom, apakah bisa model standar atau model premium, kisaran harga dan perbedaan harga dari kualitas tersebut.</p> <p>E-Procurement, misal ada konsumen yang melakukan penawaran harga yang sesuai budget. Maka pemilik juga melakukan penawaran harga kepada supplier.</p> <p>E-Marketing, misal Thirsa Shoes memberikan diskon atau promo ongkir, ada model baru dan <i>shoes</i> yang <i>ready stock</i> atau tersedia maka Thirsa Shoes akan</p>	✓	

	<p>mengkomunikasikan kepada konsumen melalui internet.</p> <p>E-Contracting, misal Thirsa Shoes membuat format order kepada konsumen mengenai jumlah, jenis barang, ukuran, jenis warna. alamat, telepon melalui internet.</p> <p>E- Payment, setelah melakukan format order, maka konsumen melakukan pembayaran melalui transfer bank. Baik atm, mbanking maupun ebanking. Kemudian pemilik Thirsa Shoes melakukan pembayaran ke supplier.</p> <p>E-Distribution, sesudah melakukan pembayaran maka barang akan dikirimkan melalui pemilik, lalu dilakukan packing ulang untuk dikirimkan ke konsumen.</p> <p>E-Customer Relationship Management, meskipun setelah melakukan transaksi. Pemilik Thirsa Shoes tetap menjalin komunikasi dengan konsumen. Misalkan menanyakan barang yang dikirimkan sudah sampai atau belum, ada kerusakan produk atau tidak, serta ke depannya tetap menginformasikan barang-barang baru dari Thirsa Shoes. Dan memberitahukan kepada konsumen untuk bersedia memberikan review dan testimonial tentang barang yang sudah dipesan, sehingga dari review dan testimonial tersebut untuk pemesanan berikutnya konsumen berhak mendapatkan potongan harg spesial.</p>		
4.	Apakah Thirsa Shoes mendapatkan keuntungansistem e-commerce bagi	✓	

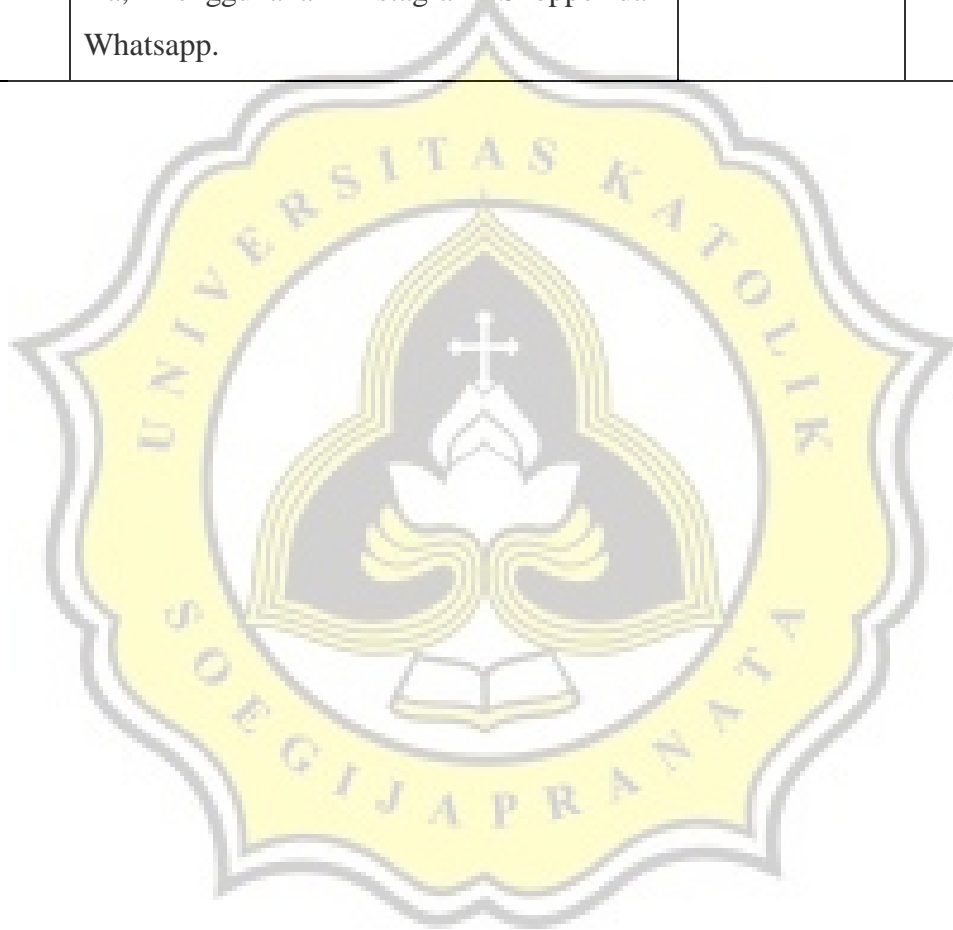
	<p>perusahaan seperti memperpendek jarak, memperluas pasar, memperluas jaringan mitra bisnis, efisiensi ?</p> <p>Ya, Thirsa Shoes mendapatkan keuntungan dari sistem e-commerce. Karena melalui e-commerce konsumen lebih percaya terhadap usaha Thirsa Shoes, konsumen mendapatkan berbagai promo dari e-commerce. Sehingga e-commerce membawa keuntungan bagi Thirsa Shoes.</p>		
5.	<p>Apakah Thirsa Shoes memiliki beberapa kelebihan yang dimiliki proses jual-beli e-commerce dan tidak dimiliki proses jual beli yang dilakukan secara offline, seperti Produk yang dapat diperjual-belikan dan dipasarkan melalui internet, tempat menjual produk di internet yang memiliki domain dan hosting, cara menerima pesanan melalui email, telepon, chat dengan WhatsApp dan Line, cara pembayaran dapat melalui Credit Card, transfer, M-Banking, tunai, metode pengiriman menggunakan ekspedisi Pos Indonesia, JnT, JNE dan terdapat customer service berupa email, telepon, chat WhatApp Line ?</p> <p>Ya, dengan adanya sistem e-commerce, Thirsa Shoes mendapatkan peningkatan order, karena dapat menjangkau konsumen baik dari pulau Jawa dan maupun dari luar negeri. Selain itu, melalui sistem e-commerce dapat melakukan transaksi jual-</p>	✓	

	<p>beli karena tidak adanya batasan waktu. Untuk pembayaran melalui transfer m-banking serta e-banking sehingga sangat mempermudah dalam melakukan pembayaran. Untuk pengiriman menggunakan ekspedisi sehingga bisa mengirimkan dengan cepat, dan mempersingkat jarak dan waktu, sehingga bisa mengirim juga ke seluruh Indonesia sampai ke luar negeri. Terdapat customer service berupa Line, WhatsApp dengan keuntungannya bisa online hingga 24jam, tidak perlu konsumen dengan pembeli harus bertemu tatap muka, cukup dengan chat via online saja bisa order melakukan transaksi jual-beli lebih efisien waktu.</p>		
--	---	--	--

Pengembangan Pasar

No.	PERTANYAAN	Jawaban	
		Ya	Tidak
1.	<p>Apakah Thirsa Shoes menggunakan media promosi penjualan yang menarik ?</p> <p>Ya, karena media promosi Thirsa Shoes dilakukan melalui Shoppe dan Instagram. Serta dalam setiap produk diberikan detail harga, bahan dan warna yang tersedia, serta dibuat adanya rekaman video gambar foto real produk sepatu yang dipasarkan.</p>	✓	
2.	<p>Apakah Thirsa Shoes menggunakan desain iklan yang menarik ?</p>	✓	

	Thirsa Shoes menggunakan desain iklan yang menarik seperti memberikan keterangan produk di instagram dan shopee dengan sangat terperinci dan lengkap.		
3.	Apakah Thirsa Shoes menggunakan pemasaran langsung (melalui internet) ? Ya, menggunakan Instagram Shoppe dan Whatsapp.	✓	



Doc vs Internet + Library

96.47% Originality	3.53% Similarity	175 Sources
--------------------	------------------	-------------

Web sources: 84 sources found

1. https://denyoklex.blogspot.com/2009/10/tugas-makalah-e-commerce.html	0.98%
2. http://eprints.ums.ac.id/34000/8/BAB%20III.pdf	0.55%
3. https://asaro9.wordpress.com/category/mmui	0.44%
4. https://cap472ecommerce.files.wordpress.com/2010/10/cap472_ch01.pdf	0.43%
5. http://repository.unpas.ac.id/33526/7/BAB%20III.pdf	0.43%
6. http://home.ku.edu.tr/~dakxen/mgis410/materials/E-commerce&OnlineAdvertising.pdf	0.43%
7. https://www.slideshare.net/ismailzackariya/1-the-revolution-is-just-beginning	0.43%
8. http://repository.unpas.ac.id/5617/6/BAB%20II%20nita%20-%20revisi.pdf	0.4%
9. http://etheses.uin-malang.ac.id/2261/7/10520035_Bab_3.pdf	0.4%
10. http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/43943/1/TRIHARTANTI%20HANDAYAN..	0.4%
11. http://eprints.ums.ac.id/47752/1/NASKAH%20PUBLIKASI.pdf	0.4%
12. http://repository.upi.edu/28883/6/S_SOS_1301127_Chapter3.pdf	0.4%
13. https://dspace.uil.ac.id/bitstream/handle/123456789/7634/Skripsi.pdf?sequence=2&isAllowed=y	0.4%
14. http://jab.polinema.ac.id/index.php/jab/article/download/173/pdf	0.4%
15. http://repository.radenintan.ac.id/2600/6/BAB_III_baru.pdf	0.4%
16. http://jurnal.stiepas.ac.id/index.php/bistek/article/download/196/258	0.4%
17. http://repository.unpas.ac.id/30421/6/BAB%20III.pdf	0.4%
18. http://digilib.uinsgd.ac.id/3640/6/6_bab3.pdf	0.4%
19. https://susantimayusri.blogspot.com/2013/01/proposal-penelitian-pengaruh-penerapan_29.html	0.4%
20. http://digilib.unifa.ac.id/5808/118/BAB%20III.pdf	0.38%
21. https://www.slideshare.net/mandalina/ecommerce-2072542	0.37%
22. http://repository.upi.edu/18388/3/S_SOS_1100884_Chapter3.pdf	0.35%
23. https://yantometro.blogspot.com/2011/04/pengaruh-partisipasi-penyusunan.html	0.35%
24. https://cahayalaili.blogspot.com/2011/05/teknik-pengolahan-data-deskriptif.html	0.35%
25. https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/3071/09.%20BAB%20III.pdf...	0.34%
26. http://journal.unpar.ac.id/index.php/BinaEkonomi/article/viewFile/1366/1322	0.34%
27. http://a-research.upi.edu/operator/upload/s_kom_0608454_chapter3.pdf	0.34%
28. http://repository.unpas.ac.id/30185/4/BAB%20III.pdf	0.34%
29. http://atkhana.web.id/teknik-pengumpulan-data-dan-analisis-dalam-penelitian	0.34%
30. http://repository.unpas.ac.id/5747/7/9_BAB%20III%20Devianti%20Nurhawati%20(114020474).pdf	0.34%
31. https://id.123dok.com/document/lq59xrrz-pengaruh-laba-bersih-dan-current-ratio-terhadap-dividen..	0.34%
32. https://id.123dok.com/document/z3olvxzmz-iii-metode-penelitian-perbedaan-orientasi-kewirausaha...	0.34%
33. http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/download/1000/1182	0.34%
34. http://ejournal.aibpm.org/index.php/JICP/article/download/269/273	0.34%

- Similarity
- Similarity from a chosen source
- Possible character replacement
- Citation
- References

35. https://hablilkikiberbagiilmu.blogspot.com/2011/09/contoh-proposal-skripsi-bab-i-sd-bab.html	0.34%
36. http://eprints.ums.ac.id/47285/7/BAB%20III.pdf	0.34%
37. http://simki.unpkediri.ac.id/mahasiswa/file_artikel/2016/12.1.02.01.0066.pdf	0.32%
38. https://roufronggolawe.blogspot.com/2014/10/analisis-data-penelitian.html	0.32%
39. http://eprints.ums.ac.id/37244/22/NASKAH%20PUBLIKASI.pdf	0.26%
40. https://docplayer.info/135016066-Prosiding-konferensi-akuntansi-khatulistiwa-tema-peran-akuntan..	0.26%
41. https://skripsimahasiswa.blogspot.com/2010/11/teknik-analisis-data.html	0.26%
42. https://quizlet.com/170553208/information-systems-final-flash-cards	0.21%
43. https://quizlet.com/61434420/is-e-commerce-flash-cards	0.21%
44. https://quizlet.com/143798099/c724-pre-assessment-flash-cards	0.21%
45. https://www.slideshare.net/HarishChand5/management-information-system-full-notes	0.21%
46. http://www.thesis.uchile.cl/tesis/uchile/2010/ec-cangas_jp/pdf/Amont/ec-cangas_jp.pdf	0.21%
47. https://home.kku.ac.th/wichuda/DataMan731/Laudon/L_mis12_C10.pdf	0.21%
48. http://bs.bnu.edu.cn/bkx/kxz/MIS/ppt/laudon_ess7_ch09.pdf	0.21%
49. http://vivauniversity.files.wordpress.com/2013/08/ugbs609session5.pdf	0.21%
50. http://ocw.metu.edu.tr/pluginfile.php/352/mod_resource/content/0/Lecture_3.pdf	0.21%
51. https://quizlet.com/136492713/mis-ch-8-e-commerce-flash-cards	0.21%
52. https://id.123dok.com/document/yer35mrq-pengaruh-kualitas-produk-dan-harga-terhadap-keputus..	0.2%
53. http://repository.radenintan.ac.id/2093/7/BAB_III.pdf	0.2%
54. https://dspace.uif.ac.id/bitstream/handle/123456789/13912/SKRIPSI%20PRIESTIANI%20PUTRI...	0.2%
55. https://raul-aul7.blogspot.com/2013/01/laporan-penulisan-ilmiah.html	0.18%
56. https://marketingland.com/power-customer-trust-brand-marketing-147355	0.18%
57. http://www.onebusiness.ca/sites/default/files/MEDL_Handbook_accessible_E.pdf	0.18%
58. https://quizlet.com/34014102/e-commerce-chpt-8-flash-cards	0.18%
59. https://www.imw.fraunhofer.de/content/dam/moez/de/documents/Working_Paper/Working_Paper_...	0.18%
60. http://www.businesswire.com/news/home/20150318005046/en/Dell-Boomi-API-Management-Easi...	0.18%
61. https://munrocollececap.files.wordpress.com/2015/04/web-page-designing-level-2.pdf	0.18%
62. http://dadun.unav.edu/bitstream/10171/36646/1/201601%20-%202012%20%282011%29%20Intellig...	0.18%
63. https://quizlet.com/217344631/e-commerce-introduction-flash-cards	0.18%
64. http://www2.isye.gatech.edu/~hsharp/cis2010/Final_Exam_Study_Guide.doc	0.18%
65. https://quizlet.com/13461838/understanding-business-chapter-1-flash-cards	0.18%
66. https://quizlet.com/48658180/business-basics-ch-1-flash-cards	0.18%
67. http://cs.furman.edu/~pbatchelor/mis/Slides/E-Commerce%20My%20lecture.pdf	0.18%
68. https://www.termpaperwarehouse.com/essay-on/Emarketing/182641	0.18%
69. https://www.3dcart.com/ecommerce-saas.html	0.18%
70. https://rajanyraghu.blogspot.com	0.18%
71. https://mafiadoc.com/aaucatalog-pdf-allied-american-university_5a219f5a1723ddcf8a1d4c52.html	0.17%
72. https://dspace.uif.ac.id/bitstream/handle/123456789/11593/Skripsi%20Anita%20Surya%20Mulya...	0.17%
73. http://digilib.unifa.ac.id/11936/118/BAB%20III.pdf	0.17%
74. https://quizlet.com/61449794/information-systems-flash-cards	0.14%
75. https://sastra33.blogspot.com/2012/07/proposal-penelitian-sastra-nilai-nilai.html	0.14%
76. https://docplayer.info/67353340-Pengaruh-manfaat-kemudahan-kepercayaan-dan-ketersediaan-fit..	0.12%
77. https://docplayer.es/747005-Experto-en-community-manager-y-marketing-digital.html	0.12%
78. https://id.123dok.com/document/dy4gxevy-faktor-faktor-yang-memotivasi-minat-mahasiswa-mem...	0.12%
79. https://fin.plaid.com/articles/how-does-an-ach-transaction-work	0.12%
80. https://docplayer.info/448682-Kualitas-pelayanan-terhadap-kepuasan-pelanggan-pada-salon-dila-d..	0.12%

 Similarity	 Citation
 Similarity from a chosen source	 References
 Possible character replacement	

81. https://jurnal.poltekba.ac.id/index.php/prosiding/article/download/591/397	0.12%
82. https://repository.usd.ac.id/6910/2/121324033_full.pdf	0.12%
83. http://a-research.upi.edu/operator/upload/s_mrl_0606451_chapter3.pdf	0.12%
84. https://quizlet.com/44318881/bec-chapter-4-flash-cards	0.12%

Excluded as citation or reference Web sources: 19 sources found

1. http://digilib.unila.ac.id/2494/17/BAB%20III.pdf	0.43%
2. https://kumpulanreferansi.blogspot.com/2017/12/penelitian-kuantitatif-dan-penelitian.html	0.43%
3. http://eprints.ums.ac.id/12891/6/BAB_III_bner.pdf	0.43%
4. https://rachmatul4212.wordpress.com/2013/01/28/teknik-pengumpulan-data-dalam-penelitian-kuant..	0.43%
5. http://repository.upi.edu/2561/6/S_PLS_0900449_Chapter3.pdf	0.43%
6. http://repository.radenintan.ac.id/2558/1/SKRIPSI_FIX.pdf	0.43%
7. http://eprints.dinus.ac.id/22733/12/bab3_19693.pdf	0.43%
8. https://id.123dok.com/document/ky6o0l5y-analisis-perilaku-pengguna-pada-website-sistem-informa...	0.34%
9. https://id.123dok.com/document/q5rr69gz-pengaruh-promosi-harga-lokasi-dan-kualitas-produk-terha..	0.34%
10. https://ejournalunsam.id/index.php/jmk/article/download/981/813	0.32%
11. http://etheses.uin-malang.ac.id/715/7/10510050%20BAB%20III.pdf	0.32%
12. http://digilib.unila.ac.id/204/8/BAB%20III.pdf	0.31%
13. https://peaceminus1unpam.blogspot.com/2016/02/pengaruh-kualitas-layanan-terhadap.html	0.31%
14. https://docplayer.info/146662745-Dampak-penerapan-etika-kerja-islam-pada-loyalitas-karyawan-di..	0.18%
15. http://repository.upi.edu/19890/6/S_PEA_1106019_Chapter3.pdf	0.18%
16. http://digilib.unila.ac.id/6087/17/BAB%20II.pdf	0.15%
17. http://repository.syekhnhurjati.ac.id/135/1/ADE%20M%20MEPI%202015.pdf	0.14%
18. http://eprints.umm.ac.id/44503/4/BAB%20III.pdf	0.12%
19. http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/23962/1/AHMAD%20BAIHAKKI%20ZA...	0.12%

Library sources: 91 sources found

13.30.0099 - Anggraeni Karma Jaya.doc.doc	0.64%
13.30.0099 anggraeni REV2.doc	0.64%
13.30.0099 Anggraeni .doc	0.64%
ANGGRAENI KARMA JAYA 13.30.0099.doc	0.55%
15.D1.0037-Melina Maysilia Alwan.docx.docx	0.51%
14.d1.0125_____andrewgustamadjinawi.docx.docx	0.51%
skripsi sheryllia 13.30.0057-8 JAN.docx	0.51%
15.d1.0255_Gideon Pratama Ardhy.docx.docx	0.44%
skripsi sheryllia 13.30.0057-6 Nov.docx	0.43%
13.30.0104 - Christi Angeline-13 FEB.doc	0.38%
14.D1.0075_Kevin_Evan_Setiawan.docx.docx	0.38%
15.D1.0049 Tan Cynthia Joviani Lumanto.docx.docx	0.38%
14.D1.0002 - JESICA YUNITA MUDJIONO - 11 MEI.docx	0.38%
13600118-SEKAR AYU-31 MARET.doc	0.38%
14.E1.0284 - ALIFYA ARI WARDHANI-9 MARET.docx	0.38%
13.30.0243 - INCA DAMAYANTI SETIADIFA-5 DES.doc	0.38%
13.30.0104-Christi Angeline-4 DES.doc	0.38%
15.D1.0107_ERICKO KELVIANTO.docx.docx	0.38%

 Similarity	 Citation
 Similarity from a chosen source	 References
 Possible character replacement	

15.D1.0260_Jevi Yeriko.docx.docx	0.38%
15.D1.0247_Riko Adi Prabowo_cyber.docx.docx	0.38%
Fransiska Desca A.S. - 15.G1.0204(6).docx.docx	0.38%
nathaniaima_13.30.0112-5 JAN.docx	0.37%
Liem, Vito Reinaldo H-5 JUNI.docx	0.32%
PETRUS HERNOWO REV2.doc	0.32%
PETRUS HERNOWO REV1.doc	0.32%
Tesis Minarni (1).doc	0.32%
15.D1.0297_Daniel_Gartono.docx.docx	0.32%
13.30.0090-Novia Jayanti-Skripsi-8 JAN.docx	0.32%
15.D1.0043_ Kevin Prasetya Wibowo.docx.docx	0.32%
15.D1.0014_OEI FERBIANA.docx.docx	0.32%
hermankharis12300311.doc.doc	0.32%
Ananta Eko 12.30.0252.docx	0.25%
KENNY BUDI HARTANTO - 14.D1.0058.docx.docx	0.25%
14.D1.0058 Kenny Budi Hartanto.docx.docx	0.25%
Ananta Eko Josephin Pristanto 12.30.0252.docx	0.25%
14.D1.0058-Kenny Budi Hartanto.docx.docx	0.25%
12.30.0252 Ananta Eko Josephin Pristanto.docx.docx	0.25%
Desti Putri Trismasari nim 14.D1.0297.docx	0.21%
Alitia Beza Saputra 14.D1.0162.docx.docx	0.14%
14.D1.0162 (Alitia Beza Saputra).docx.docx	0.14%
15.D1.0245_Wahyu Kuncoro.docx.docx	0.14%
13.30.0098 - Tjoa Claudia-5 DES.docx	0.14%
Daniel Indra Gunawan_ 14.D1.0061-3 JAN.doc	0.14%
VALEN-7 NOV.docx	0.12%
Skripsi SINTA NADYA K (10.60.0127) -AUDIT-5 DES.docx	0.12%
KRISTANTO ADIWIBOWO-8 NOV.doc	0.12%
15.D1.0106_Fransiscus_Tommy_CHrisnaldo.doc.doc	0.12%
OEI JOSHUA VINCENT WIDYANATA-6 Nov.docx	0.12%
15.D1.0106_Fransiscus_Tommy_CHrisnaldo.doc (1).doc	0.12%
14.G1.0019 - Sherley Ariella Santoso-8 JAN.docx	0.12%
13.60.0138_Florensia Bekt Siwi Purnami.docx.docx	0.12%
13.30.0164 - Yohanes Eky Iswanto-7 DES.docx	0.12%
DEDY BAGUS-2 APRIL.docx	0.12%
ALEXANDER ARDIAN 13.30.0024-9 JAN.doc	0.12%
KRISTANTO-9 JAN.doc	0.12%
LADY LIANA-9 JAN.docx	0.12%
13.30.0090-Novia Jayanti-Skripsi-14 FEB.docx	0.12%
DEDY BAGUS-2 APRIL.docx	0.12%
Ananta Eko 12.30.0252 Rev2.docx	0.12%
plagscan anyar gres.docx.docx	0.12%
plagscan anyar gres.docx.docx	0.12%
plag scan baru.docx.docx	0.12%
19G10157_RINALDY ERDIN FITRIA.docx.docx	0.12%
15.G1.0129_Joe Alvina Marthalia Wijaya.docx.docx	0.12%

 Similarity	 Citation
 Similarity from a chosen source	 References
 Possible character replacement	

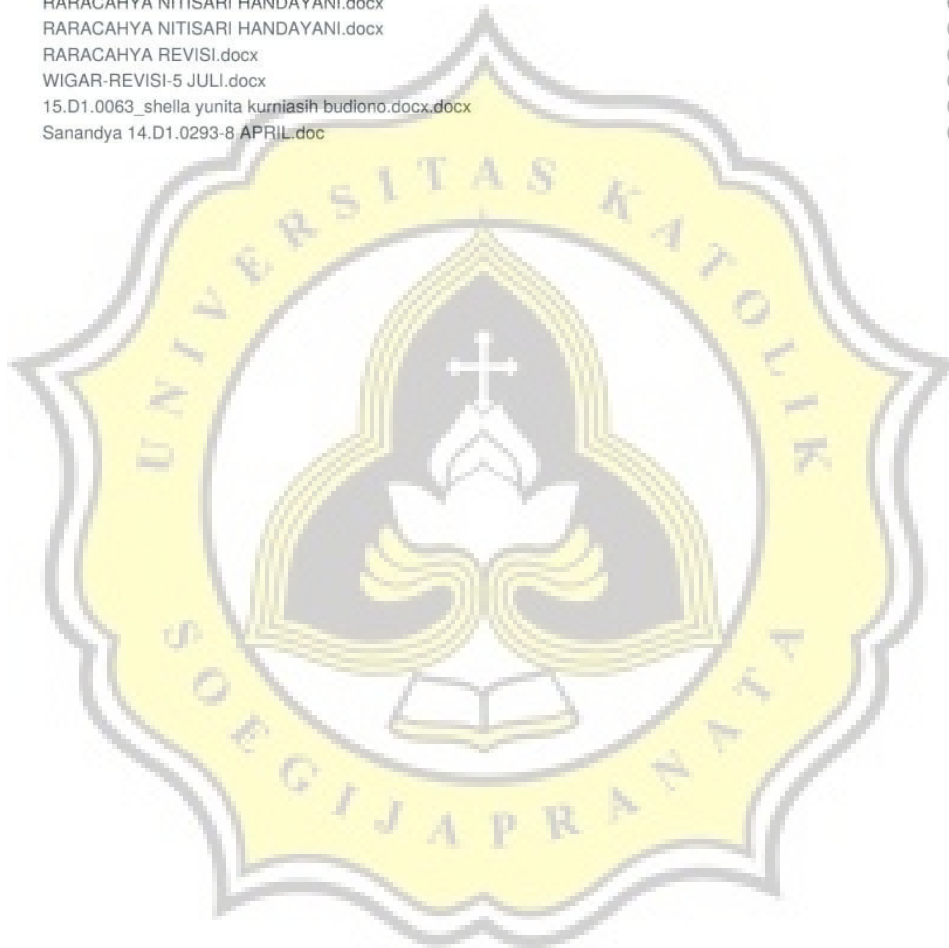
14.D1.0016 - RICKY RAVANELLI.docx	0.12%
15.G1.0178_Marika Christa Widyasari.docx.docx	0.12%
15.D1.0137_Tan, Milka Eclesi_Unicheck Cyber unika.docx.docx	0.12%
16.H1.0012 IKE LISTYANINGRUM.docx.docx	0.12%
15d10327_erikaputri_manajemen_plagscan.docx.docx	0.12%
14.D1.0016 - RICKY RAVANELLI.docx.docx	0.12%
14M10007 Elizabeth Elvira.docx.docx	0.12%
14M10007 ELIZABETH ELVIRA.docx	0.12%
14D10260_NURLAILAFADILA.docx.docx	0.12%
plagscan asri nur c.docx.docx	0.12%
18.C20012-FransiskaHadiWijayanti.docx.docx	0.12%
15D10327_ERIKAPUTRIMS.docx	0.12%
12.60.0267_Ranand Kusuma.docx.docx	0.12%
12.30.0182_Irine Meyliana Santoso.docx.docx	0.12%
14.D1.0148_DEVI CHATLEA SATITL.docx.docx	0.12%
15.d1.0104_nadya ramadi.docx.docx	0.12%
18.G1.0177 TAN, MARIA ROMA IRAWAN. S.docx.docx	0.12%
15.D1.0083 Christoporus Bagas Prasetyo 1.docx.docx	0.12%
14D10173_GinkaRizkiBanitri.docx.docx	0.12%
17.D3.0008_Devi Erfanti.doc.doc	0.12%
irine meyliana santoso (12,30.01820).doc.doc	0.12%
plagscan fix bab 1-bab 5 font 8 spasi 1.docx.docx	0.12%
15d10327_erikaputri_manajemen_plagscan.docx.docx	0.12%
14.D1.0251 plagscan Ivan.docx.docx	0.02%
TOMMY PLAGSCAN CYBER.doc.doc	0.02%
14.D1.0251_Ivan Valeno.docx.docx	0.02%
SILVIA-9 MEI.docx	0.02%

Excluded as citation or reference Library sources: 29 sources found

Gustian Dwi P.docx.docx	0.43%
14.D1.0149 - BRIGITA NINDYA-8 APRIL.docx	0.43%
ANITA MAPROPSI.docx	0.43%
Laila 3 September.docx	0.43%
Laila 31 Agustus.docx	0.43%
Angeline 31 Agustus.docx	0.43%
ARTIKEL ENTERPRISE RESOURCE PLANNING.doc.doc	0.43%
Ela noviana 14.D1.0206.doc	0.43%
14.D1.0149 - BRIGITA NINDYA-REVISI-9 APRIL.docx	0.43%
DIAN PUSPITASARI-8 APRIL.docx	0.43%
15.E3.0068 Anita.docx	0.43%
plagscan untuk wisuda gusti.docx.docx	0.43%
14.E1.0207 LAILA NURUL FATIMAH (SCAN).docx.docx	0.43%
14.E1.0209 ANGELINE RAHMA MUTIARA (SCAN).doc.doc	0.43%
12.30.0067-Christian Budiman Atmaja-8 JAN.docx	0.43%
12.30.0067-Christian Budiman Atmaja-9 JAN.docx	0.43%

 Similarity	 Citation
 Similarity from a chosen source	 References
 Possible character replacement	

13.30.0091 - Victor Adistya Tanugraha-2.docx	0.4%
Unicheck Tesis Alvin Ferdian 18D30015 5 April 2019.docx.docx	0.35%
13.30.0007-Faustina Jovita Edrea-8 JAN.doc	0.28%
13.30.0007- Faustina Jovita Edrea-28 JAN.doc	0.28%
13.30.0007- Faustina Jovita Edrea-10 JAN.doc	0.28%
WIGAR-3 JULI.docx	0.18%
Skripsi-13.60.0169 Fransiskus Andhika Putra-23 NOV.doc	0.14%
RARACAHYA NITISARI HANDAYANI.docx	0.14%
RARACAHYA NITISARI HANDAYANI.docx	0.14%
RARACAHYA REVISI.docx	0.14%
WIGAR-REVISI-5 JULI.docx	0.12%
15.D1.0063_shella yunita kurniasih budiono.docx.docx	0.12%
Sanandya 14.D1.0293-8 APRIL.doc	0.12%



- Similarity
- Similarity from a chosen source
- Possible character replacement
- Citation
- References