Vol. 2. No. 2. Halaman 104-111. Tahun 2026
e-ISSN: 3109-1296
Website: https://naluriedukasi.com/index.php/jmasyarakatdigital
Email: jurnalmasyarakatdigital@gmail.com

Submited January 3, 2025, Accepted January 25, 2026, Published February 28, 2026

Dampak Kualitas Desain dalam Penjualan Foto di Platform pngtree.com

Risal Risal[1], Romi Mesra[2]
[1, 2]Universitas Negeri Manado, Indonesia
Email: risalcall78@gmail.com[1], romimesra@unima.ac,id[2]

Abstrak
Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak kualitas desain terhadap penjualan foto dan konten grafis di platform PNGTree.com. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan data dikumpulkan melalui observasi dan wawancara mendalam terhadap seorang kontributor PNGTree.com sebagai subjek penelitian utama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas desain memegang peran penting dalam mendorong keberhasilan penjualan, yang mencakup tiga aspek utama, yaitu pemahaman terhadap tren pasar dan kebutuhan audiens target, penjagaan kualitas visual yang tinggi disertai penguasaan prinsip desain grafis, serta penciptaan desain yang unik dan didukung pemilihan warna menarik yang mampu membangkitkan respons emosional pembeli. Ketiga aspek tersebut saling bekerja sama sebagai strategi terpadu yang memperkuat daya saing kontributor di tengah persaingan platform konten digital yang semakin ramai. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas desain pada platform konten digital tidak dapat dipisahkan dari kepekaan terhadap pasar dan penguasaan teknis, sehingga memberikan implikasi praktis bagi kontributor maupun pengelola platform.

Kata Kunci: Kualitas Desain, Platform Digital, Penjualan Konten

Abstract
This study aims to analyze the impact of design quality on photo and graphic content sales on the PNGTree.com platform. A qualitative descriptive approach was employed, with data collected through observation and in-depth interviews with a contributor on PNGTree.com as the primary research subject. The results show that design quality plays a crucial role in driving sales success, encompassing three main aspects: understanding market trends and target audience needs, maintaining high visual quality alongside strong graphic design principles, and creating unique designs supported by attractive color choices that evoke emotional responses from buyers. These three aspects work together as an integrated strategy that strengthens a contributor's competitiveness amid the increasingly crowded digital content marketplace. This study concludes that design quality on digital content platforms cannot be separated from market responsiveness and technical mastery, offering practical implications for contributors and platform owners alike.

Keywords: Design Quality, Digital Platform, Content Sales

A. Pendahuluan

Di era digital yang terus berkembang pesat, internet telah menjadi salah satu platform utama bagi para desainer grafis untuk berbagi dan menjual karya mereka kepada khalayak yang lebih luas. Perkembangan teknologi informasi mendorong lahirnya berbagai platform daring yang menawarkan konten grafis seperti gambar PNG, vektor, latar belakang, mockup, dan template, yang kini menjadi sumber daya berharga bagi

Copyright ©2026

desainer maupun pengguna umum. Kemunculan platform semacam ini sejalan dengan tren digitalisasi ekonomi kreatif, di mana karya visual tidak lagi hanya dipasarkan secara konvensional melainkan didistribusikan secara global melalui jaringan internet. PNGTree.com merupakan salah satu platform yang menghadirkan jutaan pilihan gambar dan desain grafis dalam berbagai format, baik secara gratis maupun berbayar, sekaligus membuka peluang bagi kontributor untuk memasarkan dan menjual karya mereka secara mandiri.

Di tengah maraknya platform penjualan konten digital tersebut, kualitas desain menjadi elemen yang selalu disorot dalam dunia desain grafis. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa desain produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, sebagaimana ditemukan oleh Dinda Dwi Guntari dan Prihartono Aksan Halim (2021) yang mengungkap bahwa kualitas dan desain produk secara bersama-sama memengaruhi keputusan pembelian pada produk yang dipasarkan secara daring. Norma dan Sulistyo (2023) juga menegaskan bahwa desain produk, kualitas produk, dan citra merek berkontribusi terhadap keputusan pembelian konsumen. Selain aspek estetika, kualitas desain juga mencakup kesesuaian dengan kebutuhan pengguna serta tingkat kepuasan yang diberikan kepada mereka, sehingga kualitas desain menjadi elemen penting yang memengaruhi penilaian dan keputusan pembeli ketika mencari konten grafis di platform seperti PNGTree.com.

Selain kualitas produk itu sendiri, kualitas platform tempat produk dipasarkan turut memengaruhi keberhasilan penjualan secara daring. Sastika (2016) dalam penelitiannya terhadap pengguna Traveloka menemukan bahwa kualitas website yang diukur menggunakan metode WebQual 4.0 berpengaruh terhadap keputusan pembelian pengguna pada platform e-commerce. Temuan serupa dikemukakan oleh Adellia dan Abdillah (2020) yang menganalisis kualitas layanan website e-commerce Bukalapak dan menemukan bahwa kualitas kegunaan, kualitas informasi, dan kualitas interaksi layanan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna. Dengan demikian, keberhasilan kontributor dalam menjual karya di platform seperti PNGTree.com tidak hanya ditentukan oleh kualitas desain yang mereka unggah, tetapi juga oleh bagaimana platform tersebut memfasilitasi interaksi antara kontributor dan pembeli.

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji hubungan antara kualitas produk, desain, dan keputusan pembelian dari berbagai sudut pandang. Annisa Heny Yoepitasari dan Imroatul Khasanah (2018) meneliti pengaruh kualitas produk, promosi, dan desain produk terhadap keputusan pembelian dengan citra merek sebagai variabel intervening, dan menemukan bahwa ketiga variabel tersebut secara simultan memengaruhi keputusan pembelian konsumen sepeda motor matic. Penelitian ini menegaskan bahwa desain bukan satu-satunya faktor penentu, melainkan bekerja bersama variabel lain seperti kualitas produk dan citra merek dalam membentuk keputusan pembelian.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Rika Hubbina, Agustina Mutia, dan Marissa Putriana (2023) mengungkapkan temuan yang menarik, yaitu digital marketing dan desain produk tidak selalu berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, sementara kualitas produk justru menjadi variabel yang paling dominan memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Sementara itu, Abdu'a dan Wasiyanti (2019) yang meneliti kualitas

Copyright ©2026

platform e-commerce Shopee melalui metode WebQual 4.0 menemukan bahwa kualitas platform turut memengaruhi kepuasan penggunanya. Ketiga penelitian ini menunjukkan bahwa hasil kajian mengenai hubungan kualitas desain dan keputusan pembelian atau penjualan cenderung bervariasi tergantung pada konteks produk, jenis platform, dan karakteristik konsumen yang diteliti.

Berdasarkan tinjauan terhadap penelitian-penelitian terdahulu, tampak bahwa sebagian besar kajian mengenai kualitas desain dan keputusan pembelian masih berfokus pada produk fisik seperti pakaian, sepatu, kemasan, maupun produk elektronik yang dipasarkan melalui toko konvensional maupun e-commerce umum. Penelitian mengenai kualitas website atau platform digital pun lebih banyak mengarah pada e-commerce barang fisik seperti Shopee, Bukalapak, dan Traveloka, sementara penelitian yang secara khusus mengkaji kualitas desain grafis sebagai produk digital murni, khususnya pada platform penjualan konten kreatif seperti PNGTree.com, masih sangat terbatas.

Kesenjangan ini semakin terasa mengingat karakteristik produk pada platform seperti PNGTree.com berbeda secara mendasar dari produk fisik maupun jasa yang selama ini banyak diteliti. Produk yang dijual berupa aset visual digital yang dapat diunduh berulang kali oleh banyak pembeli, sehingga faktor keberhasilan penjualannya kemungkinan besar dipengaruhi oleh kombinasi unik antara kualitas estetika desain, relevansi dengan kebutuhan pengguna, serta mekanisme pencarian dan kurasi di dalam platform itu sendiri. Penelitian yang secara khusus menyasar kontributor sebagai subjek penelitian utama pada platform semacam ini, sepanjang penelusuran penulis, belum banyak ditemukan sehingga menjadikan penelitian ini relevan untuk dilakukan.

Kebaruan dari penelitian ini terletak pada objek kajian yang belum banyak disentuh oleh penelitian sebelumnya, yaitu platform penjualan konten grafis digital seperti PNGTree.com, yang berbeda dari platform e-commerce barang fisik maupun jasa yang selama ini menjadi fokus penelitian terdahulu. Jika penelitian-penelitian sebelumnya lebih banyak melihat keputusan pembelian dari sudut pandang konsumen akhir, penelitian ini justru menempatkan kontributor atau penjual sebagai subjek penelitian utama, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih utuh mengenai bagaimana kualitas desain yang mereka hasilkan berdampak langsung terhadap keberhasilan penjualan mereka sendiri di platform tersebut.

Selain itu, penelitian ini juga menawarkan perspektif baru dengan menggabungkan aspek kualitas desain sebagai atribut produk digital dengan dinamika platform daring sebagai wadah distribusi dan penjualannya. Pendekatan semacam ini memungkinkan penelitian untuk mengungkap faktor-faktor spesifik yang memengaruhi keberhasilan bisnis kontributor, yang kemungkinan besar berbeda dari faktor-faktor yang berlaku pada penjualan produk fisik maupun jasa konvensional. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah literatur mengenai ekonomi kreatif digital, khususnya pada segmen jual beli konten grafis daring yang masih jarang dikaji secara akademis.

Realitas yang terjadi di lapangan menunjukkan bahwa persaingan antar kontributor di platform seperti PNGTree.com semakin ketat seiring dengan bertambahnya jumlah desainer yang mengunggah karya

Copyright ©2026

mereka setiap hari. Kondisi ini menuntut para kontributor untuk terus meningkatkan kualitas desain agar karya mereka dapat bersaing dan menarik perhatian pembeli di tengah lautan konten yang tersedia. Banyak kontributor yang merasa kesulitan memahami faktor apa saja yang sebenarnya memengaruhi keberhasilan penjualan karya mereka, apakah semata-mata bergantung pada kualitas estetika desain, atau juga dipengaruhi oleh faktor lain seperti relevansi tema, ketepatan kata kunci, maupun algoritma pencarian platform itu sendiri.

Di sisi lain, pemilik platform juga menghadapi tantangan untuk menjaga kualitas konten yang beredar di platform mereka agar tetap kompetitif di mata pengguna global, sekaligus memberikan insentif yang adil bagi kontributor yang menghasilkan karya berkualitas tinggi. Tanpa adanya pemahaman yang memadai mengenai hubungan antara kualitas desain dan penjualan, baik kontributor maupun pemilik platform berisiko mengambil keputusan strategis yang kurang tepat, baik dalam hal pengembangan keterampilan desain, penetapan kebijakan kurasi konten, maupun strategi pemasaran platform secara keseluruhan. Kondisi inilah yang mendorong perlunya penelitian yang mendalam mengenai dampak kualitas desain terhadap penjualan foto di platform PNGTree.com.

B. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk mengeksplorasi secara mendalam dampak kualitas desain terhadap penjualan foto di platform PNGTree.com. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan memahami pengalaman, persepsi, dan makna yang dikonstruksi oleh kontributor terkait praktik desain dan penjualan karya mereka, bukan sekadar mengukur hubungan sebab akibat antarvariabel secara statistik.

Sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2019), metode kualitatif digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, di mana peneliti berperan sebagai instrumen kunci dan data dikumpulkan melalui teknik yang bersifat induktif serta kontekstual. Pendekatan ini dianggap paling sesuai untuk mengungkap nuansa dan pola yang tidak dapat sepenuhnya ditangkap melalui pendekatan kuantitatif, mengingat kompleksitas pengalaman kontributor dalam merancang, mengunggah, dan memasarkan karya mereka di platform digital sangat bervariasi antara satu individu dengan individu lainnya.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui dua cara utama, yaitu observasi dan wawancara. Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung karakteristik desain foto atau grafis yang diunggah oleh kontributor di platform PNGTree.com, termasuk aspek visual, tema, gaya, serta pola unggahan yang berkaitan dengan tingkat penjualan atau pengunduhan karya tersebut.

Creswell (2014) menegaskan bahwa metode kualitatif berfokus pada pemahaman mendalam terhadap suatu fenomena melalui pengumpulan data seperti wawancara, observasi, dan analisis dokumen, sehingga peneliti dapat menangkap konteks yang lebih kaya dibandingkan hanya mengandalkan data numerik semata. Selain observasi, wawancara mendalam dilakukan terhadap kontributor PNGTree.com sebagai subjek penelitian utama guna menggali pandangan, pengalaman, dan strategi mereka dalam meningkatkan kualitas desain serta bagaimana hal tersebut memengaruhi keberhasilan penjualan karya mereka di

Copyright ©2026

platform tersebut.

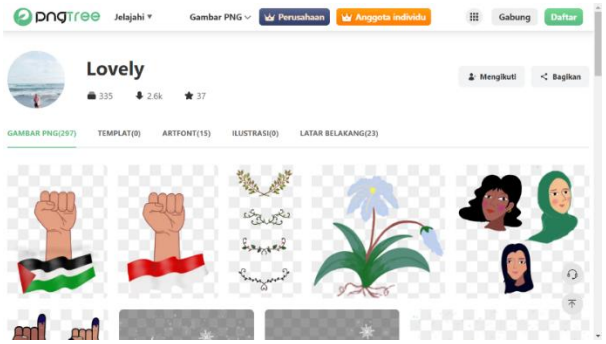
Wawancara dilakukan secara semi terstruktur agar peneliti memiliki fleksibilitas dalam mengeksplorasi jawaban kontributor secara lebih mendalam, sambil tetap berpedoman pada daftar pertanyaan yang telah disusun sebelumnya sesuai fokus penelitian.

Pendekatan ini sejalan dengan pandangan bahwa wawancara mendalam memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman yang lebih dalam dari narasumber, sementara observasi partisipatif memungkinkan peneliti menangkap fenomena dalam konteks alamiahnya sesuai makna yang dipahami oleh subjek penelitian itu sendiri (Hasan dkk., 2023). Data yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara kemudian dianalisis secara induktif melalui proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, sehingga dapat menghasilkan gambaran yang komprehensif mengenai bagaimana kualitas desain berdampak nyata terhadap penjualan foto para kontributor di platform PNGTree.com.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Riset Tren Pasar Memiliki Peran Yang Sangat Penting Bagi Kontributor PNGTree.com

Hasil observasi menunjukkan bahwa riset tren pasar memiliki peran yang sangat penting bagi kontributor PNGTree.com dalam menghasilkan desain yang laku terjual. Kemampuan untuk membaca kebutuhan audiens global memungkinkan kontributor menciptakan karya yang relevan dengan permintaan pasar saat ini, tanpa harus menebak-nebak selera pembeli secara acak. Temuan ini sejalan dengan pandangan bahwa desain produk yang efektif adalah desain yang mampu merespons kebutuhan dan preferensi konsumen secara tepat sasaran (Norma dan Sulistyo, 2023).



Gambar 1 : Desain Vector PNG

Hasil wawancara dengan informan Irenaaulia Syam memperkuat temuan observasi tersebut. Beliau menjelaskan bahwa,

"saya selalu memulai dengan memahami tren pasar dan kebutuhan audiens target saya. Saya melakukan riset terkait dengan apa yang sedang populer dan berusaha untuk membuat desain yang relevan dengan kebutuhan pasar saat ini."

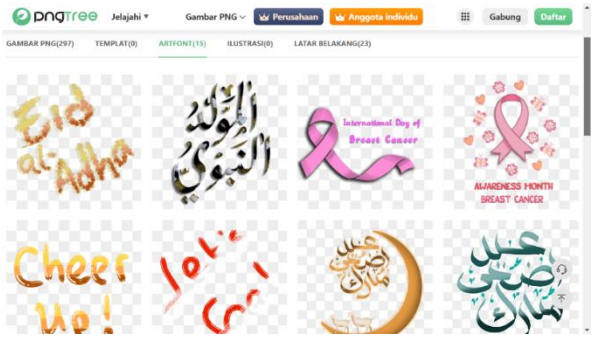
Pernyataan ini menegaskan bahwa riset pasar menjadi tahap awal yang wajib dilakukan sebelum sebuah desain diproduksi, mengingat platform PNGTree.com melayani pengguna dari berbagai negara dengan kebutuhan visual yang sangat beragam.

Temuan ini juga selaras dengan pandangan bahwa kualitas desain tidak hanya mencakup unsur estetika, tetapi juga kesesuaian dengan kebutuhan pengguna (Dinda Dwi Guntari dan Prihartono Aksan Halim, 2021). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan kontributor dalam menjual karyanya di PNGTree.com tidak lepas dari kesediaan mereka untuk terus memantau tren pasar secara berkelanjutan, sebagaimana ditegaskan sendiri oleh narasumber yang menyatakan bahwa ia tidak hanya mengikuti tren saat ini tetapi juga berusaha memahami tren masa depan.

Copyright ©2026

2. Kualitas Visual sebagai Penentu Daya Saing Desain

Selain riset pasar, hasil observasi juga menunjukkan bahwa kualitas visual yang tinggi menjadi faktor penentu ketertarikan pembeli terhadap sebuah desain, karena tampilan yang tajam dan detail memberikan kesan profesional yang membedakan karya kontributor dari pesaingnya. Hal ini sejalan dengan temuan bahwa kualitas dan desain produk secara bersama-sama memengaruhi keputusan pembelian konsumen (Dinda Dwi Guntari dan Prihartono Aksan Halim, 2021).



Gambar 2 : Desain Tipografi

Informan Irenaaulia Syam menceritakan bahwa,

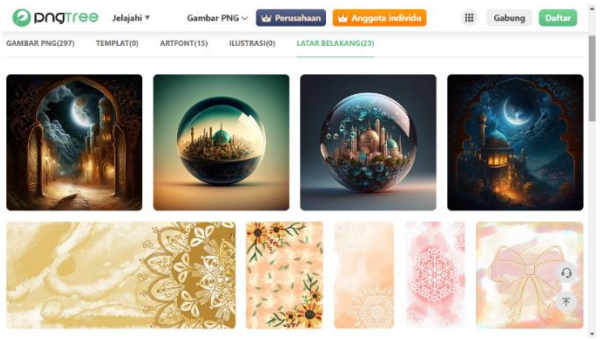
"saya memastikan bahwa desain saya memiliki kualitas visual yang tinggi. Ini termasuk menggunakan gambar berkualitas tinggi, memastikan resolusi yang baik, dan perhatian terhadap detail-detail kecil. Saya juga memiliki pemahaman yang kuat tentang prinsip-prinsip desain grafis, seperti tipografi, komposisi, dan penggunaan warna."

Pernyataan ini menunjukkan bahwa kualitas visual semata belum cukup tanpa didukung penguasaan teknis, sebab penguasaan prinsip desain grafis yang baik pada akhirnya menentukan sejauh mana sebuah karya terlihat menarik dan estetis di mata pembeli.

Kondisi ini menegaskan pentingnya keseimbangan antara resolusi teknis dan pemahaman komposisi visual dalam strategi berkarya di platform digital, sebagaimana menjadi kunci utama pembahasan dalam artikel ini. Annisa Heny Yoepitasari dan Imroatul Khasanah (2018) juga menekankan bahwa kualitas produk berkontribusi signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan penjualan desain di PNGTree.com tidak semata bergantung pada kreativitas belaka, melainkan juga pada konsistensi standar teknis yang mampu memuaskan ekspektasi visual pembeli.

2. Keunikan dan Daya Tarik Warna sebagai Pendorong Keputusan Pembeli

Temuan berikutnya menunjukkan bahwa keunikan desain secara nyata berkontribusi terhadap daya saing karya kontributor di tengah ribuan desain serupa yang tersedia di platform, terutama ketika elemen kreatif dipadukan dengan penggunaan warna yang tepat. Hasil observasi memperlihatkan bahwa kontributor yang konsisten menghadirkan sentuhan orisinalitas pada karyanya cenderung lebih cepat dikenal dan memperoleh unduhan yang lebih stabil dibandingkan kontributor yang hanya mengikuti tren tanpa variasi.



Gambar 3: Desain Latar Belakang Vector dan Gambar AI

Informan Irenaaulia Syam menyatakan bahwa,

"warna yang menarik adalah salah satu

Jurnal Masyarakat Digital
Vol 2,. No 2, Tahun 2026
Copyright ©2026

fitur yang paling diminati. Penggunaan warna yang mencolok dan mampu menarik perhatian sering kali membuat desain lebih menonjol dan mudah diingat. Selain itu, warna juga memiliki kemampuan untuk menciptakan suasana atau emosi tertentu yang dapat memengaruhi keputusan pembeli."

Pernyataan ini menunjukkan bahwa pemilihan warna mampu mempertemukan tampilan produk dengan respons emosional calon pembeli secara lebih tepat sasaran, sekaligus memperkuat daya ingat pembeli terhadap karya yang bersangkutan.

Hasil ini sejalan dengan pandangan bahwa desain kemasan atau visual yang menarik memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (Oktaf Bri Selamat Lase dkk., 2024). Secara keseluruhan, temuan dari hasil wawancara ini menunjukkan pola yang konsisten bahwa keberhasilan penjualan foto di PNGTree.com merupakan hasil dari kombinasi riset tren pasar, kualitas visual yang tinggi, serta keunikan dan daya tarik warna, bukan semata-mata faktor keberuntungan atau volume unggahan semata.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa kualitas desain memiliki dampak yang signifikan terhadap keberhasilan penjualan foto dan karya grafis di platform PNGTree.com. Keberhasilan tersebut tidak terjadi secara instan, melainkan merupakan hasil dari serangkaian praktik yang dilakukan secara sadar oleh kontributor, mulai dari riset tren pasar dan kebutuhan audiens target, penguasaan kualitas visual serta prinsip-prinsip desain grafis, hingga upaya menghadirkan keunikan dan pemilihan warna yang mampu menarik perhatian sekaligus membangkitkan respons emosional calon pembeli. Ketiga aspek ini saling terkait dan membentuk satu kesatuan strategi yang menjadikan karya seorang kontributor lebih kompetitif di tengah persaingan yang semakin ketat di platform penjualan konten digital.

Temuan ini menegaskan bahwa kontributor yang ingin meningkatkan penjualannya di platform seperti PNGTree.com perlu memandang kualitas desain secara menyeluruh, bukan hanya sebagai unsur estetika semata, tetapi juga sebagai bentuk respons terhadap kebutuhan pasar dan preferensi visual pembeli global. Implikasi praktis dari penelitian ini adalah pentingnya kontributor untuk terus memperbarui wawasan tren, menjaga standar teknis desain, serta bereksperimen dengan elemen kreatif dan warna guna mempertahankan daya saing karya mereka. Bagi pengelola platform, temuan ini juga dapat menjadi masukan untuk merancang fitur kurasi atau edukasi yang mendukung kontributor dalam meningkatkan kualitas desain mereka secara berkelanjutan.

E. Daftar Pustaka

Abdu'a, A., & Wasiyanti, S. (2019). Pengukuran Kualitas E-Commerce Shopee Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Webqual 4.0. Paradigma - Jurnal Komputer dan Informatika, 21(2), 143–148.

Adellia, & Abdillah, L. A. (2020). Analisis Kualitas Layanan Website E-Commerce Bukalapak Terhadap Kepuasan Pengguna Mahasiswa Universitas Bina Darma Menggunakan Metode Webqual 4.0. Jurnal Ilmiah Sistem Informasi dan Ilmu Komputer, 1(3).

Annisa Heny Yoepitasari, & Imroatul Khasanah. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek

Copyright ©2026

Sebagai Variabel Intervening. Jurnal Studi Manajemen Organisasi, 15, 55–69.

Creswell, J. W. (2014). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. Sage Publications.

Dinda Dwi Guntari, & Prihartono Aksan Halim. (2021). Pengaruh Kualitas dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey pada Produk Envygreen Skincare). Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis), 5(2), 295–307.

Hasan, dkk. (2023). Pendekatan Kualitatif dalam Penelitian: Strategi, Tahapan, dan Aplikasinya. Jurnal Teknologi Pendidikan dan Pembelajaran, 2(3), 793–800.

Norma, A., & Sulistyo, B. (2023). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo. Jurnal Mirai Management, 8(2), 327–336.

Oktaf Bri Selamat Lase, Zalukhu, Y., Kakisina, S. M., & Mendrofa, Y. (2024). Pengaruh Citra Merek Dan Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Rifi Gamumu Di CV. Wery Group Kota Gunungsitoli. Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (Jebma), 4(2).

Rika Hubbina, Mutia, A., & Putriana, M. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Desain Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Distro Kedai Oblong Jambi). Journal of Student Research, 1(5), 459–475.

Sastika, W. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Website (WebQual 4.0) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Website E-Commerce Traveloka (Studi Kasus: Pengguna Traveloka di Kota Bandung Tahun 2015). Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi (SENTIKA 2016).

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.

Copyright ©2026