

BAB II

KAJIAN LITERATUR

Tujuan dari melakukan landasan teori pada penelitian ini yaitu untuk menggambarkan alur dari penelitian dan bagaimana penelitian tersebut terkait dengan penelitian-penelitian sebelumnya, serta untuk melakukan integrasi dan megumpulkan secara ringkas mengenai teori-teori yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Kajian literatur pada penelitian ini dilakukan dengan mencari dari beberapa referensi berupa artikel, jurnal penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian.

Kajian literatur ini akan dimulai dengan melakukan kajian terhadap penelitian - penelitian yang berkaitan dengan implementasi WordPress. Kemudian dilanjutkan dengan kajian terhadap WordPress untuk sistem afiliasi sehingga dapat dijadikan acuan untuk membangun sistem informasi pemasaran afiliasi berbasis web pada Bogor Printing.

2.1 Pengertian Sistem

Menurut para ahli berikut penjelasan mengenai sistem, Sistem adalah kerangka dari kumpulan prosedur yang saling berhubungan yang disusun sesuai dengan skema yang menyeluruh guna melaksanakan suatu aktivitas atau fungsi utama dari suatu perusahaan. (W Gerald Cole dalam Ma'ruf, 2021). Sistem adalah sekumpulan komponen yang berinteraksi dan bekerjasama untuk mencapai tujuan bersama. (Bertalanffy dalam Ma'ruf, 2021). Sistem adalah himpunan dari beberapa unsur yang saling berkaitan dan membentuk suatu kesatuan yang utuh dan terpadu. (Raymond Mc Leod dalam Ma'ruf, 2021).

2.2 Pengertian Informasi

Menurut para ahli berikut penjelasan mengenai informasi, Informasi adalah kumpulan data yang diolah untuk dijadikan dasar pengambilan keputusan. (George H Bodnar dalam Ma'ruf, 2021). Informasi adalah data yang telah diolah menjadi suatu bentuk dan memiliki arti bagi penerima dan bermanfaat untuk pengambilan keputusan saat ini maupun mendatang. (Raymond Mc Leod dalam Ma'ruf, 2021)

Informasi merupakan hasil pengolahan dari sebuah model, formasi, organisasi, atau sebuah perubahan bentuk dari data yang memiliki nilai tertentu dan biasa digunakan untuk menambah pengetahuan bagi yang menerimanya.

2.3 Pengertian Sistem Informasi

Sistem informasi adalah suatu sistem yang menerima input data (masukan) dan instruksi mengolah data tersebut sesuai instruksi dan dapat mengeluarkan hasilnya. (Gordon B Davis dalam Ma'ruf, 2021). Sistem informasi adalah sistem dalam suatu organisasi yang melakukan pengolahan transaksi harian, mendukung operasi bersifat manajerial dari suatu organisasi dan mempermudah penyajian laporan yang diperlukan. (Erwan Arbie dalam Ma'ruf, 2021). Sistem informasi adalah sistem organisasi yang mempertemukan kebutuhan pengolahan transaksi harian, mendukung operasi bersifat manajerial dan menyediakan pihak luar perusahaan dengan laporan yang dibutuhkan. (Robert A Leitch dan Roscoe Davis dalam Ma'ruf, 2021)

2.4 Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial ketika seseorang atau kelompok memperoleh ada yang dibutuhkan dan diinginkan melalui produksi (penciptaan) atau dengan pertukaran produk dan nilai. (Philip Kotler dalam Ma'ruf, 2021) Pemasaran adalah suatu keseluruhan dari kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mendistribusikan dan mempromosikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan pembeli yang ada dan pembeli potensial. (William J Staton dalam Ma'ruf, 2021)

2.5 Sistem Informasi Pemasaran

Sistem informasi pemasaran adalah struktur yang berlanjut dan saling berkait dari orang, peralatan serta prosedur yang ditetapkan untuk menganalisa, menyaring dan membagikan informasi yang spesifik, tepat waktu dan cermat guna pengambilan keputusan bidang pemasaran dengan tujuan penyempurnaan perencanaan, pelaksanaan, pengawasan dan pemasaran. (Kotler dalam Ma'ruf, 2021)

Sistem informasi pemasaran adalah suatu struktur interaksi secara kompleks antara orang, mesin dan prosedur guna menghasilkan alur informasi yang teratur tepat dari sumber diluar perusahaan dan dapat digunakan untuk pengambilan keputusan yang dapat dipertanggungjawabkan bagi pimpinan. (Kenneth P Uhl dalam Ma'ruf, 2021).

Dari pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa Sistem informasi pemasaran adalah sistem berupa alat (komputer, server, web, database dll) yang dapat bekerjasama dengan sistem informasi fungsional untuk mendukung manajemen perusahaan dalam menyelesaikan masalah yang berhubungan dengan bidang pemasaran produk perusahaan.

2.6 Jenis Informasi Pemasaran

Philip Kotler dalam Ma'ruf, 2021 menggunakan istilah pusat saraf pemasaran (marketing nerve center) guna menggambarkan unit-unit baru dalam pemasaran yang mengumpulkan dan mengolah data informasi dan unit pemasaran.

Menurut Kotler jenis informasi pemasaran dibagi tiga yaitu :

1. Pemasaran (Marketing Intelligence)

Informasi ini hanya mengalir dari lingkungan sekitar ke perusahaan.

2. Informasi Pemasaran Intern (Internal Marketing Information)

Informasi ini dikumpulkan dari dalam perusahaan sendiri.

3. Komunikasi Pemasaran (Marketing Communication)

Informasi ini mengalir yang berasal dari perusahaan ke lingkungan sekitar.

2.7 Manfaat Sistem Informasi Pemasaran

Menurut Ma'ruf, manfaat Sistem Informasi Pemasaran yaitu

1. Mengetahui kebutuhan pelanggan

Dengan melihat data – data pemasaran, perusahaan akan mudah mengetahui barang dan jasa yang diinginkan dan disukai pelanggan.

2. Mengetahui perencanaan yang efektif

Sistem ini akan menghasilkan sejumlah informasi yang dapat digunakan dalam membuat perencanaan yang efektif dan efisien.

3. Mengetahui Ancaman Perusahaan

Sistem informasi ini akan menghasilkan identifikasi dan menemukan masalah terkait para pesaing perusahaan. dengan begitu perusahaan dapat menentukan keunggulan yang lebih bervariasi seperti kualitas baik dan harga yang lebih murah.

2.8 Pengertian Afiliasi

Afiliasi merupakan salah satu bentuk perhubungan, pertalian, atau kerjasama antara dua belah pihak dimana salah satu pihak berperan sebagai anggota atau cabang dari pihak lainnya. Cara Kerja Afiliasi yaitu terdapat dua pihak yang bekerjasama secara langsung, yaitu pemilik produk (affiliate merchant) dan pemasar internet (affiliate marketers). Cara kerja bisnis afiliasi ini berbeda dengan sistem sistem dropship, meskipun sama-sama menjual produk orang lain melalui internet. Pada praktiknya, pihak pemasar (affiliate marketers) harus mendaftarkan diri di website pemilik produk (affiliate merchant).

Selanjutnya, pihak pemasar akan mendapatkan sebuah URL atau link khusus yang digunakan untuk promosi, baik melalui website maupun media sosial. Ketika calon pembeli membuka link khusus tersebut dan melakukan pembelian, maka affiliate marketer akan mendapatkan komisi dengan besaran yang telah ditentukan sebelumnya. Namun, jika tidak terjadi penjualan maka affiliate marketer tidak mendapatkan komisi apapun.

Dari penjelasan tersebut maka dapat dipahami bahwa link khusus yang dipromosikan tersebut dapat memberikan data, baik itu jumlah klik iklan yang terjadi maupun jumlah penjualan yang dihasilkan oleh affiliate marketer.

Sistem pemasaran ini sangat menguntungkan, khususnya bagi pemilik sebuah produk karena tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan dalam melakukan promosi karena telah dilakukan oleh affiliate marketer.

Sedangkan dari sisi tenaga pemasar, mereka tidak perlu pusing dalam hal pengadaan produk yang akan dijual, packing, dan delivery, karena semuanya dilakukan oleh pemilik produk.

2.9 Jenis-jenis Afiliasi

Ada beberapa macam jenis Sistem Informasi Pemasaran Afiliasi, salah satunya yaitu:

1. Program Afiliasi Pay Per Sale (PPS)

Program afiliasi ini akan dapat memungkinkan anda untuk melakukan pemasaran secara online dan mendapatkan suatu komisi dari setiap penjualan yang dilakukan. Anda akan mendapatkan komisi dari bisnis afiliasi ini sekitar 30-70% dari setiap hasil penjualan. Dalam hal ini anda harus dapat memasang target untuk dapat memberikan penjualan dengan maksimal.

Maka artinya afiliasi jenis ini berupa program menjadi reseller yang mana kemampuan anda dalam mengarahkan dan berkomunikasi untuk mempromosikan kepada pelanggan sangat di perlukan dan penting di miliki. Jenis afiliasi ini memiliki contoh pada perusahaan e-commerce lazada

Keuntungan PPS

- Pendaftaran gratis dan mudah
- Komisi yang lebih besar

Kekurangan PPS

- Membutuhkan konten berkualitas untuk mempengaruhi calon pembeli
- Terus memantau perkembangan data yang diberikan oleh merchant
- Aturan di blokir yang ketat terutama jika dalam waktu tertentu tidak terjadi penjualan.

2. Program Afiliasi Cost Per Action (CPA)

Program afiliasi ini memiliki kemudahan sedikit jika di bandingkan dengan PPS. Di dalam program ini anda memang tetap harus memasarkan dengan metode berbagi halaman tautan.

Seperti ketika anda tergabung sebagai affiliate marketing dari suatu situs penyedia jasa pariwisata, maka dengan begitu anda akan membagikan tautan dari akun anda agar orang lain dapat melakukan pemesanan melewati tautan yang anda bagikan. Setelah sesuai dengan pemesanan yang di lakukan maka selanjutnya anda akan mendapat komisi dari perusahaan tersebut.

Kelebihan CPA

- Proses pendaftaran yang lebih mudah
- Tidak ada kewajiban follow kepada konsumen
- Komisi lebih besar

Kekurangan CPA

- Membutuhkan konten yang berkualitas
- Mendatangkan banyak pengunjung
- Penawaran masih terbatas

3. Program Afiliasi Pay Per Click (PPC)

Program jenis ini akan menjadi favorit para pengguna blogger karena untuk mendapatkan keuntungan dengan melalui google adsense. Ini merupakan afiliasi sederhana yang di mulai ketika blog anda di tautkan dengan link dari halaman perusahaan tempat anda berafiliasi dan ketika di klik yang di lakukan oleh pengunjung blog anda maka anda akan mendapatkan komisi. Ini dapat membuktikan bahwa afiliasi sangatlah menguntungkan dengan model bisnis yang sangat mudah

Keuntungan PPC

- Tidak perlu bekerja keras untuk membuat pengunjung melakukan klik pada iklan jadi lebih alami.
- Tidak ada hubungan wajib follow atau follow back
- Hanya perlu menarik pengunjung yang lebih banyak ke web

Kekurangan PPC

- Proses pendaftaran yang lebih sulit karena seleksi lebih ketat dan membutuhkan lebih dari 1 web atau blog.
- Aturan yang ketat sering membuat Anda terblokir tanpa pemberitahuan
- Komisi terhitung kecil

4. Program Paid To Click (PTC)

Program jenis ini memperkuat afiliasi sebagai model bisnis termudah yang dapat di lakukan oleh semua orang. Karena program ini akan memberikan komisi dari setiap klik yang anda lakukan sendiri pada blog atau tautan yang anda bagikan.

Akan tetapi anda harus rajin melakukannya maka keuntungan menarika akan di dapatkan.

Keuntungan PTC

- Proses pendaftaran yang sangat mudah dan gratis.
- Tidak harus memiliki website
- Jika ingin memiliki komisi maka klik saja iklan Anda sendiri

Kekurangan PTC

- Karena cara yang mudah maka komisi yang Anda terima juga kecil.
- Karena terlihat menggiurkan tapi ternyata banyak yang menipu.

2.10 Pengertian WordPress

WordPress pada awalnya dirancang sebagai platform blogging, di beberapa tahun terakhir WordPress telah berubah menjadi berguna sistem manajemen konten. Salah satu keunggulan utama WordPress adalah sejumlah besar plugin yang dirilis oleh pengembang independen. Faktanya, setiap aspek situs web mengenai kreasi, organisasi, dan mesin pencari pengoptimalan sekarang dapat ditangani dengan menggunakan WordPress pengaya. Sebenarnya plug-in ini adalah add-ons dan meningkatkan fungsionalitas antarmuka pengguna. Dengan banyaknya plugin WordPress yang tersedia, ini menjadi populer di publik. Banyak orang bingung dalam memilih plugin untuk menyederhanakan tugas tertentu. Untuk mereka, ada komunitas WordPress besar yang siap memberikan nasihat cara menggunakannya dengan sistem manajemen konten WordPress.

2.11 Pengetian Plugin WordPress

Plugin adalah kode yang dipasang “plug” di website berbasis WordPress. Dalam kalimat yang sederhana, plugin WordPress adalah ekstensi yang ditambahkan ke situs dan memiliki fungsi untuk memodifikasi dan mengembangkan fungsionalitas utama WordPress.

Dengan plugin, Anda punya solusi terbaik dalam mengedit kode original WordPress. Anda tak perlu lagi mengkustomisasikan sejumlah kode hanya untuk mengembangkan serta memaksimalkan kemampuan WordPress. Plugin hanya perlu diunduh dan diinstall di website.

Menggunakan plugin berarti Anda memasukkan “plug” kode tambahan untuk memodifikasi kode original. Apabila suatu saat perubahan yang dilakukan tidak lagi digunakan, maka Anda hanya perlu “unplug” kode dengan cara menonaktifkan plugin.

WordPress menyediakan ribuan plugin baik yang berbayar maupun gratis. Mengaktifkan plugin yang sesuai tak hanya mengembangkan fungsionalitas situs dan memperbaiki pengalaman user (user experience), tapi juga mempermudah aktivitas dan pekerjaan Anda.

Plugin dikenal sebagai alat atau tool pengubah yang mentransformasi website sederhana menjadi website yang fungsional dan kaya akan fitur. Hanya dengan beberapa kali klik saja, plugin akan terinstall yang kemudian mengubah website menjadi toko online, majalah online, portofolio online, dan kursus online – apa pun tipe website yang ingin Anda miliki!

Sebagai contoh, ada plugin WooCommerce untuk membuat toko online dan ada plugin Bookly untuk membuat sistem reservasi online. Pun terdapat plugin Envira yang pastinya menjadi favorit para fotografer yang punya website fotografi.

Fungsi plugin bervariasi. Ada yang dirancang untuk mentransformasi website secara keseluruhan, tapi ada juga yang bekerja di balik layar. Untuk tipe plugin yang disebutkan terakhir, Anda mungkin tidak akan melihat hasilnya di sisi front end. Justru plugin tersebut mengoptimasi performa dan cara kerja situs. Contoh pluginnya adalah WPSmush untuk mengcompress gambar, W3 Total Cache untuk menaikkan performa situs, dan WordFence untuk meningkatkan sistem keamanan website.

2.12 WooCommerce

WooCommerce adalah sebuah plugin untuk membuat toko online dengan beragam fitur lengkap yang mendukung fungsi toko online. WooCommerce dikembangkan oleh WooThemes dan sifatnya open-source sehingga banyak orang bisa mengutak-atiknya dengan mudah.

Plugin ini cocok digunakan oleh Individu atau perusahaan yang membutuhkan platform ecommerce fleksibel untuk menjalankan toko online, Pengguna yang menginginkan kontrol lengkap pada data website, misalnya fitur untuk memantau performa, menganalisa visitor maupun untuk Pengguna WordPress yang menginginkan keleluasan dalam membuat fitur tambahan website toko online.

Manfaat menggunakan WooCommerce antara lain :

- Terintegrasi dengan WordPress
- Gratis 100% tanpa syarat
- Profesional dan kustomisasi mudah
- Terdapat fitur analytics dan pelaporan
- Keamanan yang terjamin karena telah diaudit oleh Sucuri
- Komunitas pengguna dan developer yang besar
- Mobile friendly (dapat dibuka di semua device)

2.13 Sejoli Membership

Sejoli adalah sebuah plugin wordpress untuk membuat membership area pada sebuah website, sejoli adalah plugin yang bisa mengakomodasi kebutuhan para pebisnis online dan internet marketer agar makin kencang lagi dalam menjalankan bisnisnya. Sejoli dibuat oleh Mesin Kreatifitas dari Dewa Eka Prayoga dan Didi Supardi. Nama mereka sudah tidak asing lagi dikalangan pebisnis online dan affiliate marketer.

Sejoli adalah sebuah Plugin **SistEm Jual Beli OnLIne**, Membership, Affiliasi dan Komisi Multi Tier berbasis WordPress. Sejoli membantu Anda dalam berjualan online dengan 20 lebih fitur istimewa yang dijelaskan diatas untuk produk digital seperti seperti Theme, Template Grafis dan Video, Apps, Script, Ebook, Tutorial, Membership, Ecourse, Seminar, Workshop dan lain-lain. Maupun produk fisik seperti Fashion multi varian, kosmetik, herbal, aksesoris, property, MLM, produk dropship, membership keagenan, reseller dan lain-lain.

Sejoli versi Woocommerce bisa menggunakan add o cart. Sejoli stand alone menggunakan sistem single checkout. Plugin Sejoli ini sudah memiliki fungsi ecommerce tersendiri. Dan berfungsi sangat baik dengan plugin Woocommerce.

Sejoli merupakan produk yang dibayar oleh pembeli pertahun. Untuk memastikan fitur Sejoli dapat berjalan dengan baik, developer perlu melakukan

maintenance dan update secara rutin. Dibanding manfaat yang didapat, harga lisensi plugin Sejoli sangat murah dan dapat segera tergantikan dengan produktivitas bisnis online yang meningkat pesat, jika tahun berikutnya tidak meneruskan perpanjangan Plugin Sejoli yang sudah dibeli masih bisa digunakan dengan syarat plugin Sejoli harus sudah terinstal di web sebelum masa aktif lisensinya berakhir. Jika tidak memperpanjang lisensinya maka tidak dapat support lagi dari Tim Sejoli dan tidak dapat update fitur-fitur Sejoli berikutnya.

2.14 Skala Likert

Menurut Sugiyono (2018: 93) dalam Astuti, 2021 “Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”. Kuesioner atau angket tersebut menggunakan skala likert dengan bentuk *checklist*. Dengan skala likert, maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Skala Likert merupakan metode skala bipolar yang mengukur baik tanggapan positif ataupun negatif terhadap suatu pernyataan. Empat skala pilihan juga kadang digunakan untuk kuesioner skala Likert yang memaksa orang memilih salah satu kutub karena pilihan "netral" tidak tersedia.

Penentuan skor jawaban merupakan nilai jawaban yang akan diberikan oleh responden, menurut sugiono dijelaskan pada bukunya bahwa hal pertama yang harus kita lakukan adalah menentukan skor dari tiap tiap jawaban yang akan diberikan. Contohnya, sikap yang akan kita pakai yaitu "setuju". Selanjutnya kita menentukan banyaknya jawaban pada tiap pertanyaan yang akan kita berikan. Misalnya 5 skala, berarti sangat tidak setuju, kurang setuju, cukup. Jika pertanyaan yang diberikan bersifat susah untuk diberikan jawaban, otomatis responden cenderung statik oleh karena itu kita dapat memberikan pilihan jawaban yang banyak, misal 7 atau 9 jawaban dari tiap pertanyaan. Hal ini bertujuan agar responden dapat memberikan penilaian sesuai dengan kriteria mereka berdasarkan pilihan yang ada. Lihat tabel dibawah ini.

Pertanyaan		
Jawaban		Skor
Sangat Setuju	Selalu	5
Setuju	Sering	4
Ragu-ragu	Kadang-kadang	3
Tidak Setuju	Jarang	2
Sangat Tidak Setuju	Tidak Pernah	1

Tabel 2. 1 Skala Jawaban

1. Skor Ideal

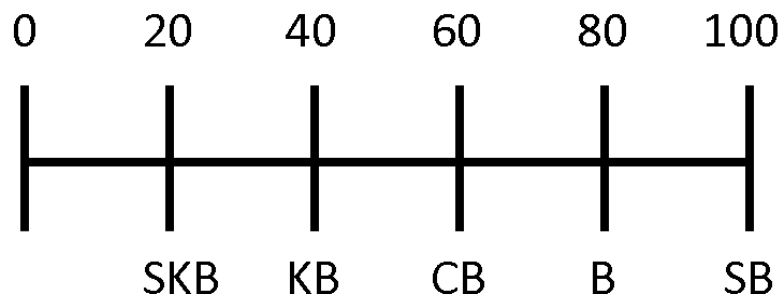
Skor Ideal adalah skor yang digunakan untuk menghitung skor dalam menentukan *rating scale* dan jumlah seluruh jawaban. Untuk menghitung jumlah skor ideal (kriterium) dari seluruh item, digunakan rumus berikut. *skor kriterium = nilai skala x jumlah responden* seandainya skor tertinggi adalah 5 dan jumlah responden 20, maka dirumuskan menjadi :

Rumus	Skala
$5 \times 20 = 100$	SB
$4 \times 20 = 80$	B
$3 \times 20 = 60$	CB
$2 \times 20 = 40$	KB
$1 \times 20 = 20$	SKB

Tabel 2. 2 Skor ideal

2. Rating Scale

Skala Rating adalah data mentah yang diperoleh berupa angka kemudian ditafsirkan dalam pengertian kualitatif menurut Sugiyono (2009:97) Selanjutnya, dengan Skala Rating ini kita masukan skor yang sebelumnya sudah diperoleh pada Skor Ideal.



Tabel 2. 3 Rating Scale

Rating Scale berfungsi untuk mengetahui hasil data angket (*kuesioner*) dan wawancara secara umum dan keseluruhan yang didapat dari penilaian angket (*kuesioner*) dan wawancara. Dengan ketentuan sebagai berikut :

Nilai Jawaban	Skala
81 - 100	SB
61 - 80	B
41 - 60	CB
21 - 40	KB
0 - 20	SKB

Tabel 2. 4 Hasil angket

3. Persentase Persetujuan

Sedangkan untuk mengetahui jumlah jawaban dari para responden melalui persentase, dapat digunakan rumus sebagai berikut :

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Keterangan :

- P = Prosentase
- F = Frekuensi Jawaban
- n = Jumlah responden
- 100 = Bilangan tetap

4. Contoh perhitungan dalam Skala Likert

Pada sebuah penelitian, kita membagikan kuisisioner untuk **30 responden** dengan jumlah pertanyaan yaitu **20 untuk menentukan kualitas sikap atau perilaku suatu objek**. Berikut ini merupakan penyelesaian dari studi kasus di atas dimana kita akan mengurutkan penyelesaiannya mulai dari penentuan skala sikap untuk jawaban yang akan diberikan hingga selesai yaitu perhitungan persentase persetujuan oleh responden.

1. Penentuan Skor Jawaban

Untuk skor jawaban tiap jawaban silakan anda tentukan, mulai dari 3, 5, 7 atau 9. Untuk mudahnya, pada sesi ini saya akan menentukan jumlah skala pada likert ini yaitu 5.

Pertanyaan		
Skala Jawaban		Skor
Sangat Setuju	Selalu	5
Setuju	Sering	4
Ragu-ragu	Kadang-kadang	3
Tidak Setuju	Jarang	2
Sangat Tidak Setuju	Tidak Pernah	1

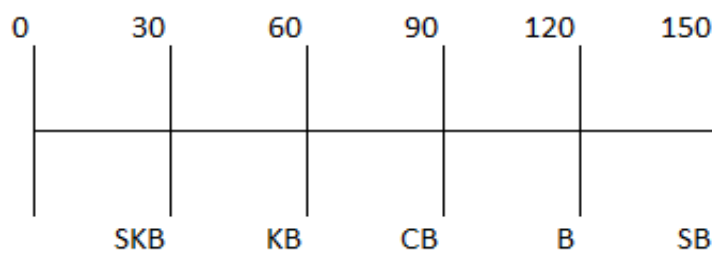
2. Skor Ideal

Skor Jawaban Untuk skor jawaban tiap jawaban silakan anda tentukan, mulai dari 3, 5, 7 atau 9. Untuk mudahnya, pada sesi ini saya akan menentukan jumlah skala pada likert ini yaitu 5.

Rumus	Skala
$5 \times 30 = 150$	SB
$4 \times 30 = 120$	B
$3 \times 30 = 90$	CB
$2 \times 30 = 60$	KB
$1 \times 30 = 30$	SKB

3. Rating Scale

Selanjutnya kita menentukan nilai rating scale dan jarak intervalnya dari nilai pada table diatas.



Dengan ketentuan sebagai berikut

Rumus	Skala
121 - 150	SB
91 - 120	B
61 - 90	CB
31 - 60	KB
0 - 30	SKB

Kita ambil contoh perhitungan dengan menghitung satu jawaban pada skala likert kali ini. Dari pembagian kuisisioner, misalkan yang menjawab SB adalah 5 orang, 17 orang menjawab B, 4 menjawab CB 2 menjawab KB dan 2 menjawab SKB. Maka didapat data sebagai berikut.

Skala Jawaban	Skala Jawaban * Nilai Skala	Hasil
SKB	2 * 1	2
KB	2 * 2	4
CB	4 * 3	12
B	17 * 4	68
SB	5 * 5	25

Dari hasil diatas maka kita jumlahkan total hasilnya, $2+3+12+68+25=110$. Skor 110 merupakan skor terakhir dan sudah bisa kita masukkan kedalam rating scale yang sudah kita tentukan diatas. Jika kita masukkan berarti skor 110 masuk kedalam daerah skala B (Baik). Itu untuk pertanyaan pertama, karena di awal kita sudah menentukan kalau pertanyaannya ada 20 maka untuk 19 pertanyaannya tinggal dihitung saja skor kriteriumnya skala likertnya kemudian dimasukkan kembali kedalam rating.

Untuk selanjutnya mungkin saja ada pertanyaan, bagaimana jika ingin menghitung nilai dimensi dari beberapa pertanyaan yang ada. Misal dari 20 pertanyaan tersebut merupakan bagian dari dua dimensi. Maka cara menghitungnya yaitu dengan merata ratakan seluruh jawaban dimensi tersebut. Kemudian langkah akhir untuk mengetahui nilai akhirnya tinggal lihat nilai rata - ratanya kemudian tentukan daerah dimana nilai dimensi tersebut. Contoh dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Dimensi Pertama	Dimensi Kedua
81	90
90	90
56	90
79	90
90	67
88	87
90	34
88	45
91	89
67	89
Rata-rata	Rata-rata
82	77

Dimensi Pertama Dimensi Kedua 81 90 90 90 56 90 79 90 90 67 88 87 90 34 88 45 91 89 67 89 rata – rata 82 77 Bisa kita lihat dengan menggunakan skala likert, maka untuk dimensi pertama dengan skor 82 dan dimensi kedua 77 yang artinya dimensi pertama menempati daerah CB dan dimensi kedua menempati daerah CB. Dan untuk mengetahui seluruhnya hasil dari 2 dimensi tersebut dirata - ratakan kembali, yang akan menghasilkan nilai 79.5 yaitu menempati daerah CB (Cukup Baik).

4. Persentase Jawaban

Dari hasil jawaban pertanyaan pertama yang sudah kita ketahui yaitu 110. Maka menghitung persentase jawabannya yaitu $(110:150)*100\%$ maka hasilnya adalah 73% dari 100% yang diinginkan.

2.15 Penelitian Terkait

Dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis sedikit banyak terinspirasi dan mereferensi dari penelitian-penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan latar belakang masalah pada tugas akhir ini. Adapun penelitian yang berhubungan dengan tugas akhir ini antara lain yaitu:

Tabel 2. 5 Penelitian Terkait

No	Nama dan Tahun	Judul	Topik	Subjek	Hasil
1	Muhammad Sopiyan, 2017	PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PENJUALAN SEPATU RODA DENGAN MENGGUNAKAN CMS WORDPRESS PADA MS_SHOP	E-Commerce	Sepatu Roda	Web E-Commerce dengan Plugin WooCommerce dari CMS WordPress
2	M.Raka Dwi Ramadhan, 2018	PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PENJUALAN ALAT OUTDOOR BERBASIS WEBSITE	Online Store	Alat Outdoor	Web Online Store Native PHP, HTML, CSS, MySQL, Sublime Text, XAMPP
3	Indra Wahyu Nugraha, 2018	PERANCANGAN WEBSITE E-COMMERCE BERBASIS WORDPRESS PADA BUTIK LARASATI SRAGEN	E-Commerce	Butik Larasati Sragen	Web E-Commerce dengan Plugin WooCommerce dari CMS WordPress
4	Maulana Muhammad Jibril, 2020	IMPLEMENTASI SISTEM INFORMASI PEMASARAN AFILIASI BERBASIS WEB PADA BOGOR PRINTING	Online Store Affiliate System	Undangan Pernikahan	Web Online Store dengan Plugin Sejoli Membership dari CMS WordPress