



ABSTRACT

The web interface becomes a major success factor since customers interface with sellers in cyberspace through the seller's website. There were many of consumer reports frustrations with the lack of interface standard features within e-commerce websites. This phenomenon makes e-commerce sites lose up to 50% of potential online sales because users cannot find what they want.

In order to explore issue of user interface, this study identifies and analyzes features of user interfaces and common location of e-commerce function on e-commerce web sites. Design elements that are being researched are site navigation, home link, search, view cart, get help, manage account, catalogue, and personalization functions.

The content analysis was performed toward 120 companies' furniture web sites in U.S, China, German, and Indonesia, aiming to identify the most common features used on e-commerce websites. The results show that none of design practices among those examined in this study met Nielsen's criteria for de-facto standard. On the other hand, this study's results support previous study about common location of e-commerce function. This study also aims to explore web design practices across-national border. Hypothesis was formulated to empirically test the use of web features and functions across countries. The chi-square analysis revealed that there was a difference in the use of e-commerce features and functions of four countries.

Keywords: *User interface, E-commerce, Website design.*



INTISARI

Tampilan antar muka sebuah website merupakan faktor penting karena di dunia maya konsumen berhubungan dengan penjual melalui website. Banyak konsumen mengalami frustrasi dikarenakan kurangnya standar dalam penggunaan fitur pada tampilan e-commerce website. Hal ini menyebabkan beberapa situs e-commerce kehilangan 50% penjualan potensialnya karena konsumen tidak dapat menemukan apa yang mereka cari.

Penelitian ini mengidentifikasi dan menganalisis fitur tampilan antar muka website dan lokasi dari fungsi – fungsi pada e-commerce website. Elemen dari website desain yang diteliti adalah navigasi, home link, fungsi pencarian, view cart, get help, manage account, fungsi katalog dan fungsi personalisasi.

Analisis isi dilakukan pada 120 websites perusahaan mebel yang berada di Indonesia, Amerika, Cina, dan Jerman. Hasil yang diperoleh adalah dari keseluruhan praktek desain dari sampel dalam penelitian ini tidak memenuhi persyaratan yang dikemukakan oleh Nielsen sebagai praktek standar. Hasil lain dalam penelitian ini mengenai lokasi fungsi – fungsi e-commerce pada tampilan antar muka website memberikan dukungan pada penelitian sebelumnya.

Penelitian ini juga menguji praktek website desain antar negara. Chi-square analisis yang dilakukan memberikan hasil bahwa ada perbedaan yang signifikan dalam penggunaan fitur dan fungsi e-commerce antar negara pada tampilan antar muka website.

Kata kunci: Tampilan antar muka, e-commerce, website desain.