

ABSTRAK

Saat ini, konsumen lebih memilih untuk menggunakan Internet dan Teknologi untuk memudahkan pengalaman berbelanja mereka dan menggunakan penyedia layanan untuk mencari produk yang mereka inginkan. Penyedia layanan ini biasa disebut sebagai *E-Commerce*. *E-Commerce* memanfaatkan teknologi untuk manajemen produk, pemasaran daring, pemrosesan transaksi daring, pertukaran data elektronik, dan lain-lain. Selain *E-Commerce*, media sosial juga telah menjadi alat pemasaran yang efektif, dan memberikan banyak peluang bagi penjual untuk menciptakan *Brand awareness* dan *Brand image* di kalangan konsumen. Tujuan dibuatnya penelitian ini adalah guna membantu para pedagang untuk mempermudah dalam pendataan produk mereka kepada setiap penyedia layanan *E-Commerce* dan media sosial sehingga dapat terhubung dengan baik.

Dengan permasalahan yang telah dijelaskan, maka penulis memberikan solusi dengan menggunakan aplikasi manajemen produk yang sudah terintegrasi dengan *E-Commerce* maupun media sosial Signature Store, dengan memanfaatkan fitur *REST API*.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan wadah transaksi bagi Signature Store, dan juga mempermudah admin dalam mengatur stok produk yang ada. Hasil dari dilakukannya penelitian ini adalah terbentuknya *Website E-Commerce* Signature Store yang telah terintegrasi dengan *Instagram Shop* dan *Facebook Shop*, kemudian terbentuknya Aplikasi Manajemen Produk yang terhubung dengan *Website E-Commerce* Signature Store. Pada pengujian kuesioner terhadap *Website E-Commerce* Signature Store, menghasilkan 94,04% responden telah berpendapat bahwa *Website E-Commerce* Signature Store sudah layak digunakan untuk melakukan transaksi.

Kata Kunci: *E-Commerce, Media sosial, Website, REST API, Industri Pakaian*