

PENGARUH PRINSIP *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* (TAM) PADA APLIKASI GO-JEK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

(Studi Pada Pengguna Gojek Di Kota Malang)

Disusun oleh :
Izmi Hanif Firladi

Dosen Pembimbing.
Wahdiyat Moko , SE., MM.

ABSTRAKSI

Kata kunci:Prinsip *Technology Acceptance Model* (TAM) dan Kepuasan Pelanggan.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi khususnya pada sistem aplikasi dan sosial media telah melahirkan berbagai industri kreatif baru salah satunya adalah di bidang jasa transportasi. Penggunaan aplikasi Aplikasi Go-Jek yang di kembangkan oleh Go-Jek indonesia di dasarkan pada teory *Technology Acceptance Model* (TAM) yang di perkenalkan oleh davis pada tahun 1989. TAM menunjukkan kegunaan dan kemudahan penggunaan akan mempengaruhi niat individu dalam menggunakan teknologi informasi.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh prinsip *Technology Acceptance Model* (TAM) pada aplikasi Go-Jek terhadap kepuasan pelanggan (studi pada pengguna Go-Jek di kota malang)

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, sumber data yang di gunakan dalam penelitian ini berupa data primer yaitu sumber data berupa benda, hal atau orang dimana peneliti mengamati, membaca dan bertanya tentang data yang nantinya akan di gunakan sebagai sumber data. Metode yang digunakan yaitu metode analisis regresi linier berganda yang berbasis *Ordinary Least Square* (OLS) dan uji hipotesis menggunakan SPSS.

Hasil penelitian yang di peroleh berdasarkan uji asumsi klasik menunjukkan bahwa model regresi linier berganda layak untuk di lakukan penelitian. Sedangkan untuk uji hipotesis menunjukkan bahwa *reability* (keandalan), *flexibility* (keluesan), *security* (keamanan), *easy to use* (kemudahan penggunaan), *privacy* (pribadi), dan *accessibility* (akseibilitas) terdapat pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Go-Jek di kota malang. Selain itu di peroleh nilai *R square* sebesar 0,707 atau 70,7% yang berarti variabel bebas ((*reability* (keandalan), *flexibility* (keluesan), *security* (keamanan), *easy to use* (kemudahan penggunaan), *privacy* (pribadi), dan *accessibility* (akseibilitas)) memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat (kepuasan pelanggan). Sedangkan sisanya sebesar 29,3% dapat di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model misalnya model teknologi lainnya, prinsip obektifitas, dll.

ABSTRACT

Keywords: *Principles Technology Acceptance Model (TAM) and Customer Satisfaction.*

The development of information and communication technology especially in the application system and social media has spawned a variety of new creative industries one of which is in the field of transportation services. The use of Go-Jek Application application developed by Go-Jek Indonesia is based on the theory of Technology Acceptance Model (TAM) which was introduced by Davis in 1989. TAM shows usability and ease of use will affect the intention of individuals in using information technology.

This study aims to test empirically influence the principle of Technology Acceptance Model (TAM) on Go-Jek application to customer satisfaction (study on Go-Jek users in poor city)

This research is quantitative research, the data source used in this research is primary data that is data source in the form of object, thing or person where researcher observe, read and ask about data which later will be used as data source. The method used is multiple linear regression analysis method based on Ordinary Least Square (OLS) and hypothesis test using SPSS.

The results of the study obtained classical assumption test shows that multiple linear regression model is feasible to do research. While for hypothesis test show that reliability (reliability), flexibility (security), easy to use (privacy), and accessibility (aksesibilitas) there is significant influence to go-Jek customer satisfaction in town poor. In addition, the value obtained R square of 0.707 or 70.7% which means the independent variables ((reability), flexibility (security), easy to use (ease of use), privacy (personal), and accesbility (aksesibilitas)) gives almost all the information needed to predict the variation of the dependent variable (customer satisfaction), while the remaining 29.3% can be influenced by other variables not included in the model such as other technology models, the principle of obstruction, etc.

PENDAHULUAN

Kondisi perekonomian nasional yang semakin membaik akhir-akhir ini telah mendorong meningkatnya pembangunan di berbagai sektor. Meningkatnya pembangunan diberbagai sektor tersebut juga disebabkan oleh berkembangnya teknologi, informasi, dan transportasi. Perkembangan teknologi, informasi dan transportasi yang demikian pesat menuntut

pelaku-pelaku bisnis mampu dalam menghadapi tantangan berupa persaingan bisnis yang semakin ketat. Perusahaan dituntut untuk memberikan pelayanan yang maksimal dengan mempertimbangkan aspek efektifitas dan efisiensi..

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi khususnya pada sistem aplikasi dan sosial media telah melahirkan berbagai industri kreatif baru salah satunya adalah di bidang jasa transportasi. Kemunculan

transportasi online berbasis aplikasi telah masuk di Indonesia, khususnya di kota-kota besar seperti Jakarta, Surabaya, Bandung dan ibukota provinsi lainnya..

Perkembangan teknologi harus benar-benar dimanfaatkan oleh perusahaan untuk memaksimalkan kinerja perusahaan agar perusahaan dapat tetap bersaing. Teknologi informasi yang handal akan menyajikan informasi yang berkualitas sehingga memudahkan setiap proses kerja yang dilakukan oleh karyawan dalam perusahaan. Informasi berkualitas dapat terwujud dari perancangan sistem informasi yang baik. Perusahaan yang besar bahkan menginvestasikan sumber daya untuk meningkatkan produktivitas melalui penyediaan aplikasi canggih dalam sistem informasi perusahaan (Davis, 2009).

Kombinasi dari kumpulan individu, *hardware*, *software*, jaringan komunikasi, serta sumber daya data yang mengumpulkan, mengubah, dan mendistribusikan informasi dalam sebuah organisasi merupakan sistem informasi (O'Brien, 2003). Informasi yang diperoleh dari pemrosesan informasi akan dapat digunakan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan oleh para pemegang kewenangan dalam rangka memajukan perusahaan (Akbar, 2007).

Konsep TAM dikembangkan oleh Davis (2009), menawarkan sebuah teori sebagai landasan untuk mempelajari dan memahami perilaku pemakai dalam menerima dan menggunakan sistem informasi (Handayani, 2007). Model ini memiliki tujuan untuk menjelaskan faktor-faktor kunci dari perilaku pengguna teknologi informasi terhadap penerimaan pengadopsian

teknologi informasi tersebut (Handayani, 2007).

Prinsip *Technology Acceptance Model* (TAM) yang untuk menilai kinerja suatu aplikasi didasarkan pada variabel *Reliability* (Keandalan), *Flexibility* (Keluwesan), *Security* (Keamanan), *Easy to use* (Kemudahan penggunaan), *Privacy* (Pribadi) *Accessability* (aksesibilitas) (Lupioadi, 2001). Aplikasi Aplikasi go-jek dapat dikatakan baik apabila memiliki penilaian yang baik yang didasarkan pada variabel TAM tersebut. Melalui teori TAM dengan prinsip *reability*, *flexibility*, *security*, dan *easy to use* dapat memahami bahwa reaksi dan persepsi penggunaan teknologi dapat mempengaruhi sikapnya dalam penerimaan penggunaan teknologi.

Oleh karena itu, penelitian ini ditujukan untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh prinsip TAM terhadap kinerja sistem informasi. Komara (2006) merangkum penelitian (Jhong-Min, 1996) dalam mengukur kinerja sistem informasi dari sisi pemakai (*user*) dibagi ke dalam dua bagian, yaitu kepuasan pengguna informasi (*user information satisfacttion*) dan penggunaan sistem informasi (*system usage*) oleh para karyawan dalam menyelesaikan pekerjaan mereka untuk mengelola data-data keuangan menjadi informasi.

Berdasarkan uraian permasalahan diatas maka peneliti ingin mengetahui **Pengaruh Prinsip *Technology Acceptance Model* (TAM) pada aplikasi Go-Jek Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada pengguna Gojek di Kota Malang).**

LANDASAN TEORI

Pemasaran

Menurut Philip Kotler (2009:6) pemasaran adalah suatu proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Strategi Pemasaran

Menurut Tjiptono, et.al. (2008), strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk, atau lini produknya di pasar sasaran tertentu.

E-Service Quality Service

Defenisi service quality menurut Lewis dan Booms (dalam Tjiptono, 2008:85) adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Berdasarkan defenisi ini, kualitas layanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Service yang unggul bagi pelanggan dapat menciptakan pengalaman-pengalaman yang positif yang dapat diharapkan oleh para konsumen dengan memenuhi dan melampaui secara konsisten harapan-harapan mereka.

Menurut Garvin (dalam Tjiptono dan Chandra, 2008:113) perspektif service quality diklasifikasikan dalam 5 (lima) kelompok, yaitu:

Transcendental approach, Product-based approach, User-based approach, Manufacturing-based approach, Value-based approach.

Customer Satisfaction

Customer satisfaction adalah perasaan senang atau kecewa yang dirasakan seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya, dengan kata lain kepuasan sebagai evaluasi pasca konsumsi dimana suatu alternatif yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan (Kotler, 2005).

Technology Acceptance Model (TAM)

Salah satu teori tentang penggunaan sistem teknologi informasi yang sangat berpengaruh dan umum digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap penggunaan sistem informasi adalah model penerimaan teknologi atau yang disebut *Theory Acceptance Model (TAM)* diperkenalkan oleh Fred D. Davis pada tahun 1989. Teori ini menjelaskan bagaimana penerimaan individu terhadap penggunaan teknologi. Teori ini menjelaskan bagaimana reaksi pengguna ketika dihadapkan dengan sebuah teknologi baru yang digunakan dalam sebuah organisasi dan tentang bagaimana dan kapan mereka menerimanya (Davis, 1989).

Kepuasan Pelanggan

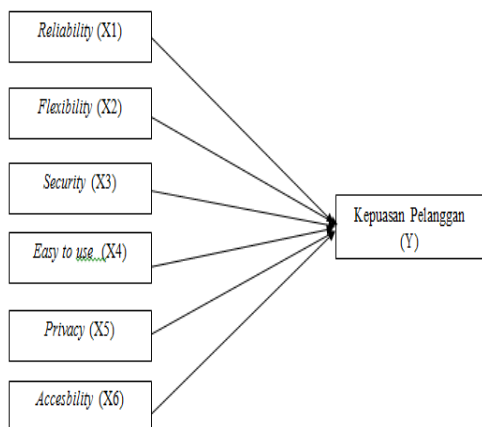
Menurut Kotler-Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2009:177) menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan.

Kerangka Pemikiran

Diharapkan dengan adanya prinsip TAM dapat meningkatkan kinerja sistem informasi di aplikasi Go-Jek. Penelitian mengenai

efektivitas dan keberhasilan kinerja sistem informasi merupakan penelitian yang banyak memberikan manfaat bagi suatu organisasi (Jhong-Min, 1996). Oleh karena itu, penelitian ini ditujukan untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh prinsip TAM terhadap aplikasi Go-Jek. Komara (2006) merangkum penelitian (Jhong-Min, 1996) dalam mengukur pengaruh prinsip TAM terhadap kepuasan pelanggan aplikasi Go-jek (*user*) dibagi ke dalam dua bagian, yaitu kepuasan pengguna informasi (*user information satisfatction*) dan penggunaan sistem informasi (*system usage*) oleh para pelanggan dalam kepuasannya.

Gambar 1
Kerangka Pemikiran



METODE PENELITIAN

Pemilihan dan penentuan metode yang dipergunakan dalam suatu penelitian sangat berguna bagi peneliti karena dengan pemilihan dan penentuan metode yang tepat dapat membantu dalam mencapai tujuan penelitian. Penelitian ini bertujuan membuktikan hubungan korelasional dan hubungan kausal maka peneliti menggunakan metode kuantitatif. Menurut (Ardianto,

2010:47), metode kuantitatif adalah penelitian yang sarat dengan nuansa angka-angka dalam teknik pengumpulan data di lapangan. Untuk membuktikan hubungan korelasional dan hubungan kausal peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif riset kausal.

Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini bermaksud untuk menganalisis penerapan prinsip technology acceptance model (TAM) pada kepuasan pelanggan Go-Jek.

Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berupa data primer. Sumber data berupa benda, hal, atau orang dimana peneliti mengamati, membaca dan bertanya tentang data yang nantinya akan digunakan sebagai sumber data. Data primer merupakan data yang relevan dengan pembahasan yang didapat dari sumber utama yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Sumber data primer diperoleh langsung berdasarkan jawaban responden terhadap penyebaran angket atau kuesioner kepada responden yaitu para Pelanggan Go-Jek.

Sampling

Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 100 orang responden yang cukup mewakili untuk diteliti. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non probability sampling* dimana setiap anggota populasi tidak memiliki peluang sama untuk dipilih menjadi sampel. Responden dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi Go-Jek yang telah menggunakan jasa Go-Jek minimal sebanyak 3kali. Pemilihan sampel berdasarkan *Convenience Sampling*, yaitu

pemilihan sampling berdasarkan kemudahan.

Teknik Pengumpulan Data dan Skala Pengukuran

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode survey melalui angket (kuisisioner) guna mendapatkan data primer. Kuisisioner adalah daftar pertanyaan yang diisi oleh responden. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan format skala Likert. Jenis pertanyaan atau pernyataan dalam kuisisioner yang digunakan bersifat tertutup dengan lima alternatif jawaban.

Tabel 3.1

Nilai Skor Penggunaan Kuesioner atau Angket

No	Jawaban	Nilai Skor
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Cukup setuju	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak setuju	1

Sumber: Riduwan dan Kuncoro (2011)

Uji Validitas Instrumen

Validitas merupakan alat untuk mengukur data yang menjelaskan kesesuaian instrumen yaitu antara alat ukur dengan apa yang diukur. Instrumendinyatakan valid apabila mampu mengukur apa yang ingin diukur atau dapat mengungkapkan data dan variabel yang diteliti secara tepat.

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah suatu indeks yang menunjukkan sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Suatu kuisisioner dinyatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2011).

Uji Regresi Berganda

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, yaitu untuk menguji

hipotesis atau yang terdiri dari variabel produk, harga, tempat dan promosi baik secara bersama ataupun secara tersendiri terhadap keputusan pembelian. Adapun model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6$$

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui normal atau tidaknya distribusi penyebaran variabel. Bertujuan untuk mengkaji apakah dalam model regresi variabel dependen, variabel independen, atau keduanya mempunyai distribusi data normal atau mendekati normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya hubungan antar beberapa atau semua variabel independen dalam model regresi. Multikolinearitas merupakan keadaan dimana satu atau lebih variabel independen dinyatakan sebagai kondisi linier dengan variabel lainnya

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model yang baik adalah homoskedastisitas dan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah prosedur yang didasarkan pada bukti sampel yang dipakai untuk menentukan apakah hipotesis merupakan suatu pernyataan yang wajar dan oleh karenanya tidak ditolak atau hipotesis tersebut tidak wajar dan oleh karena itu harus ditolak.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas Instrumen

Tabel 1
Hasil Uji Validitas

Keterangan	Item	Koefisien Korelasi	r Tabel	Keterangan
Hasil Uji Validitas	X _{1.1}	0,736	0,195	Valid
	X _{1.2}	0,786	0,195	Valid
	X _{1.3}	0,827	0,195	Valid
	X _{1.4}	0,796	0,195	Valid
	X _{2.1}	0,818	0,195	Valid
	X _{2.2}	0,818	0,195	Valid
	X _{2.3}	0,816	0,195	Valid
	X _{2.4}	0,779	0,195	Valid
	X _{3.1}	0,817	0,195	Valid
	X _{3.2}	0,843	0,195	Valid
	X _{3.3}	0,869	0,195	Valid
	X _{3.4}	0,839	0,195	Valid
	X _{4.1}	0,817	0,195	Valid
	X _{4.2}	0,843	0,195	Valid
	X _{4.3}	0,869	0,195	Valid
	X _{4.4}	0,839	0,195	Valid
	X _{5.1}	0,813	0,195	Valid
	X _{5.2}	0,826	0,195	Valid
	X _{5.3}	0,807	0,195	Valid
	X _{6.1}	0,813	0,195	Valid
	X _{6.2}	0,838	0,195	Valid
	X _{6.3}	0,778	0,195	Valid
	Y _{1.1}	0,718	0,195	Valid
	Y _{1.2}	0,804	0,195	Valid
Y _{1.3}	0,844	0,195	Valid	
Y _{1.4}	0,702	0,195	Valid	
Y _{1.5}	0,617	0,195	Valid	

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Dari Tabel 1, dapat disimpulkan bahwa semua instrument variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah valid, karena terbukti bahwa nilai koefisien lebih besar dari nilai kritik atau Tabel pada tingkat signifikan 5%. Artinya semua instrument variabel kualitas pelayanan dapat digunakan secara tepat mengukur kepuasan pelanggan.

Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas

Item	Koefisien Reliabilitas	Hasil Uji
Reliability (keandalan)	0,811	Reliabel
Flexibility (keluwesan)	0,785	Reliabel
Security (keamanan)	0,817	Reliabel
Easy to use (kemudahan penggunaan)	0,827	Reliabel
Privacy (pribadi)	0,832	Reliabel
Accessability (akseibilitas)	0,830	Reliabel
Kepuasan pelanggan	0,790	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan hasil uji reliabilitas maka dapat dikatakan bahwa seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel, hal tersebut dikarenakan koefisien Cronbach's Alpha diatas 0,6.

Hasil Uji Regresi Berganda

Tabel 3
Hasil Uji Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1 (Constant)	3,982	1,135			3,508	,001		
Reliability (Keandalan)	,131	,059	,164	,258	,026	,960	1,067	
Flexibility (Kluwesanan)	,165	,075	,184	,2451	,016	,958	1,080	
Security (Keamanan)	,113	,057	,149	,2003	,048	,957	1,076	
Kemudahan Easy to use (Kemudahan penggunaan)	,169	,071	,176	,2392	,019	,958	1,073	
Privacy (Pribadi)	,176	,088	,152	,2013	,047	,958	1,080	
Accessability (Aksesibilitas)	,378	,101	,284	,3733	,000	,955	1,083	

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan hasil analisis regresi, maka dapat dirumuskan suatu persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,164X_1 + 0,184X_2 + 0,149X_3 + 0,176X_4 + 0,152X_5 + 0,204X_6$$

Dari persamaan garis regresi linier berganda, maka dapat diartikan bahwa:

$b_1 = 0,164$ reliability (keandalan) perolehan angka koefisien sebesar 0,164 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,026 lebih kecil dari 0,05. Hasil ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan reliability (keandalan) terhadap kepuasan pelanggan. Meningkatnya

reliability (keandalan) akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

$b_2 = 0,184$ *flexibility* (keluwesan) perolehan angka koefisien sebesar 0,184 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,016 lebih kecil dari 0,05. Hasil ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan *flexibility* (keluwesan) terhadap kepuasan pelanggan. Meningkatnya *flexibility* (keluwesan) akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

$b_3 = 0,149$ *security* (keamanan) perolehan angka koefisien sebesar 0,149 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,048 lebih kecil dari 0,05. Hasil ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan *security* (keamanan) terhadap kepuasan pelanggan. Meningkatnya *security* (keamanan) akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

$b_4 = 0,176$ *easy to use* (kemudahan penggunaan) perolehan angka koefisien sebesar 0,176 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,019 lebih kecil dari 0,05. Hasil ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan *easy to use* (kemudahan penggunaan) terhadap kepuasan pelanggan. Meningkatnya *easy to use* (kemudahan penggunaan) akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

$b_5 = 0,152$ *privacy* (pribadi) perolehan angka koefisien sebesar 0,152 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,047 lebih kecil dari 0,05. Hasil ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan *privacy* (pribadi)

terhadap kepuasan pelanggan. Meningkatnya *privacy* (pribadi) akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

$b_6 = 0,284$ *accessibility* (aksesibilitas) perolehan angka koefisien sebesar 0,284 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hasil ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan *accessibility* (aksesibilitas) terhadap kepuasan pelanggan. Meningkatnya *accessibility* (aksesibilitas) akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

$e = 1,270$, merupakan nilai residu atau kemungkinan kesalahan dari model persamaan regresi, yang disebabkan karena adanya kemungkinan variabel lainnya yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan Go-Jek di kota Malang, tetapi tidak dimasukkan kedalam model persamaan.

Hasil Uji Normalitas

Tabel 4
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.23051951
Most Extreme Differences	Absolute	.079
	Positive	.039
	Negative	-.079
Kolmogorov-Smirnov Z		.787
Asymp. Sig. (2-tailed)		.565

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data primer diolah, 2017

Berdasarkan hasil uji normalitas data dapat diperoleh nilai sig. lebih besar dari 0,05, yaitu sebesar 0,565 berdasarkan hasil tersebut maka data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Hasil Uji Multikolinearitas

Tabel 5
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3,902	1,135		3,508	,001		
Reliability (Keandalan)	,131	,058	,164	2,258	,026	,900	1,067
Flexibility (Keluwesan)	,185	,075	,184	2,451	,016	,856	1,080
Security (Keamanan)	,113	,057	,149	2,003	,048	,857	1,076
Kedudukan Easy to use (Kemudahan penggunaan)	,169	,071	,176	2,392	,019	,858	1,073
Privasi (Privasi)	,176	,088	,152	2,013	,047	,856	1,080
Aksesibilitas (Aksesibilitas)	,378	,101	,284	3,733	,000	,855	1,083

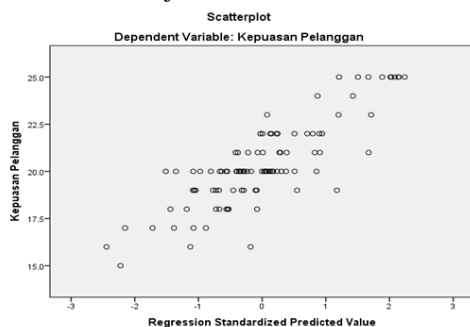
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data primer diolah, 2017

Berdasarkan hasil pengujian multikolinearitas dapat diketahui bahwa nilai VIF masing-masing variabel bebas di sekitar angka satu dan nilai *tolerance* mendekati angka 1. Dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan bebas multikolinearitas.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Gambar 1
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data primer diolah, 2017

Berdasarkan hasil pengujian heteroskedastisitas dapat diketahui bahwa titik-titik yang terpromosi pada grafik *scatterplot* mempromosi pola yang jelas serta tidak tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa model regresi

yang digunakan tidak bebas heteroskedastisitas.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3,902	1,135		3,508	,001		
Reliability (Keandalan)	,131	,058	,164	2,258	,026	,900	1,067
Flexibility (Keluwesan)	,185	,075	,184	2,451	,016	,856	1,080
Security (Keamanan)	,113	,057	,149	2,003	,048	,857	1,076
Kedudukan Easy to use (Kemudahan penggunaan)	,169	,071	,176	2,392	,019	,858	1,073
Privasi (Privasi)	,176	,088	,152	2,013	,047	,856	1,080
Aksesibilitas (Aksesibilitas)	,378	,101	,284	3,733	,000	,855	1,083

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data primer diolah, 2017

Berdasarkan hasil analisis regresi, maka dapat dirumuskan suatu persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,164X_1 + 0,184X_2 + 0,149X_3 + 0,176X_4 + 0,152X_5 + 0,204X_6$$

Dari persamaan garis regresi linier berganda, maka dapat diartikan bahwa:

Di karenakan satuan X_1 - X_6 berbeda, serta penelitian ini merupakan objek lapang maka memiliki sudut pandang yang berbeda. Dan hasil ini merupakan survei yang memiliki sudut pandang berbeda setiap responden, maka di peroleh hasil sebagai berikut :

$b_1 = 0,164$ *reliability (keandalan)* perolehan angka koefisien sebesar 0,164 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,026 lebih kecil dari 0,05. Hasil ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan *reliability (keandalan)* terhadap kepuasan

pelanggan. Meningkatnya *reliability* (keandalan) akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

$b_2 = 0,184$ *flexibility* (keluwesan) perolehan angka koefisien sebesar 0,184 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,016 lebih kecil dari 0,05. Hasil ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan *flexibility* (keluwesan) terhadap kepuasan pelanggan. Meningkatnya

flexibility (keluwesan) akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

$b_3 = 0,149$ *security* (keamanan) perolehan angka koefisien sebesar 0,149 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,048 lebih kecil dari 0,05. Hasil ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan *security* (keamanan) terhadap kepuasan pelanggan. Meningkatnya

security (keamanan) akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

$b_4 = 0,176$ *easy to use* (kemudahan penggunaan) perolehan angka koefisien sebesar 0,176 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,019 lebih kecil dari 0,05. Hasil ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan *easy to use* (kemudahan penggunaan) terhadap kepuasan pelanggan. Meningkatnya

easy to use (kemudahan penggunaan) akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

$b_5 = 0,152$ *privacy* (pribadi) perolehan angka koefisien sebesar 0,152 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,047 lebih kecil dari 0,05. Hasil ini menunjukkan adanya pengaruh

yang signifikan *privacy* (pribadi) terhadap kepuasan pelanggan. Meningkatnya *privacy* (pribadi) akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

$b_6 = 0,284$ *accessibility* (akseibilitas) perolehan angka koefisien sebesar 0,284 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hasil ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan *accessibility* (akseibilitas) terhadap kepuasan pelanggan. Meningkatnya

accessibility (akseibilitas) akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

$e = 1,270$, merupakan nilai residu atau kemungkinan kesalahan dari model persamaan regresi, yang disebabkan karena adanya kemungkinan variabel lainnya yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan Go-Jek di kota Malang, tetapi tidak dimasukkan kedalam model persamaan.

Hasil Uji Hipotesis

1. Hasil Uji Hipotesis 1: *reliability* (keandalan) memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,026, hal ini menunjukkan adanya pengaruh signifikan *reliability* (keandalan) terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini mendukung hipotesis 1 penelitian yaitu terdapat pengaruh signifikan variabel *reliability* (keandalan) terhadap kepuasan pelanggan Go-Jek di kota Malang
2. Hasil Uji Hipotesis 2: *flexibility* (keluwesan) memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,016, hal ini menunjukkan adanya pengaruh signifikan *flexibility* (keluwesan) terhadap kepuasan

pelanggan. Hasil ini mendukung hipotesis 2 penelitian yaitu terdapat pengaruh signifikan variabel *flexibility* (keluwesan) terhadap kepuasan pelanggan Go-Jek di kota Malang

3. Hasil Uji Hipotesis 3: *security* (keamanan) memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,048, hal ini menunjukkan adanya pengaruh signifikan *security* (keamanan) terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini mendukung hipotesis 3 penelitian yaitu terdapat pengaruh signifikan variabel *security* (keamanan) terhadap kepuasan pelanggan Go-Jek di kota Malang
4. Hasil Uji Hipotesis 4: *easy to use* (kemudahan penggunaan) memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,019, hal ini menunjukkan adanya pengaruh signifikan *easy to use* (kemudahan penggunaan) terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini mendukung hipotesis 4 penelitian yaitu terdapat pengaruh signifikan variabel *easy to use* (kemudahan penggunaan) terhadap kepuasan pelanggan Go-Jek di kota Malang
5. Hasil Uji Hipotesis 5: *privacy* (pribadi) memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,047, hal ini menunjukkan adanya pengaruh signifikan *privacy* (pribadi) terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini mendukung hipotesis 5 penelitian yaitu terdapat pengaruh signifikan variabel *privacy* (pribadi) terhadap kepuasan pelanggan Go-Jek di kota Malang
6. Hasil Uji Hipotesis 6: *accessibility* (akseibilitas) memperoleh nilai

signifikansi sebesar 0,000, hal ini menunjukkan adanya pengaruh signifikan *accessibility* (akseibilitas) terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini mendukung hipotesis 6 penelitian yaitu terdapat pengaruh signifikan variabel *accessibility* (akseibilitas) terhadap kepuasan pelanggan Go-Jek di kota Malang.

Pembahasan

a. Pengaruh *reliability* (keandalan) Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *reliability* (keandalan) terhadap kepuasan pelanggan Go-Jek di kota Malang. dengan nilai rata-rata sebesar 3,92 hasil tersebut menunjukkan bahwa responden merasakan bahwa solusi yang diberikan oleh penyedia aplikasi belum sepenuhnya dapat menyelesaikan permasalahan atau harapan yang diinginkan konsumen.

b. Pengaruh *flexibility* (keluwesan) Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *flexibility* (keluwesan) terhadap kepuasan pelanggan Go-Jek di kota Malang. Item *flexibility* (keluwesan) yang memiliki nilai rata-rata paling rendah yaitu mengenai merasa aplikasi Go-Jek selalu melakukan penambahan fitur yang tepat dalam aplikasi dengan nilai rata-rata sebesar 3,93. Hasil tersebut menunjukkan bahwa penambahan fitur yang dilakukan oleh aplikasi Go-Jek belum sepenuhnya secara tepat dapat mendukung pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

c. Pengaruh *security* (keamanan) Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *security* (keamanan) terhadap kepuasan pelanggan Go-Jek di kota Malang. Item *security* (keamanan) yang memiliki nilai rata-rata paling rendah yaitu mengenai merasa jarang sekali terjadi kerusakan maupun kehilangan data dalam transaksi dengan nilai rata-rata sebesar 3,76. Hasil analisis menunjukkan bahwa meskipun dalam intensitas yang kecil konsumen pernah merasakan adanya permasalahan dalam aktivitas transaksi yang dilakukan.

d. Pengaruh *easy to use* (kemudahan penggunaan) Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil analisis dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *easy to use* (kemudahan penggunaan) terhadap kepuasan pelanggan Go-Jek di kota Malang. Item *easy to use* (kemudahan penggunaan) yang memiliki nilai rata-rata paling rendah yaitu mengenai merasa aplikasi Go-Jek memiliki keunggulan teknologi dengan nilai rata-rata sebesar 4,10. Hasil analisis menunjukkan bahwa selama ini konsumen merasakan bahwa teknologi yang digunakan belum sesuai dengan harapan konsumen dalam mendukung proses pelayanan yang dilakukan.

e. Pengaruh *privacy* (pribadi) Terhadap Kepuasan Pelanggan

Dari hasil analisis dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *privacy* (pribadi) terhadap kepuasan pelanggan Go-Jek di kota Malang. Item *privacy* (pribadi) yang memiliki nilai rata-rata paling rendah yaitu mengenai merasa aplikasi Go-Jek dapat merekam semua transaksi pengguna

secara rahasia dengan nilai rata-rata sebesar 3,71. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa selama ini konsumen belum mendapatkan manfaat secara maksimal dari aplikasi Go-Jek dapat merekam semua transaksi sehingga aktivitas yang dilakukan belum sepenuhnya sesuai dengan harapan konsumen.

e. Pengaruh *accessibility* (akseibilitas) Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *accessibility* (akseibilitas) terhadap kepuasan pelanggan Go-Jek di kota Malang. Item *accessibility* (akseibilitas) yang memiliki nilai rata-rata paling rendah yaitu merasa Aplikasi Go-Jek memiliki akseibilitas jaringan yang sangat luas sehingga mudah untuk di gunakan dengan nilai rata-rata sebesar 3,91. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa konsumen merasakan masih adanya keterbatasan dalam akseibilitas jaringan yang di gunakan sehingga aktivitas pelayanan yang di berikan belum memberikan jaminan kepuasan kepada konsumen.

Implikasi Hasil Penelitian

a. Implikasi Teoritis

Penggunaan sistem informasi yang dikembangkan memuat prinsip *Technology Acceptance Model* (TAM) selain untuk meningkatkan kinerja juga dapat digunakan untuk mengubah perilaku konsumen untuk lebih percaya kepada perusahaan. Prinsip TAM dapat meningkatkan kinerja sistem informasi di aplikasi Go-Jek. Penelitian mengenai efektivitas dan keberhasilan kinerja sistem informasi merupakan penelitian

yang banyak memberikan manfaat bagi suatu organisasi (Jhong-Min, 1996). Oleh karena itu, penelitian ini ditujukan untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh prinsip TAM terhadap aplikasi Go-Jek. Komara (2006) merangkum penelitian (Jhong-Min, 1996) dalam mengukur pengaruh prinsip TAM terhadap kepuasan pelanggan aplikasi Go-jek (*user*) dibagi ke dalam dua bagian, yaitu kepuasan pengguna informasi (*user information satisfatction*) dan penggunaan sistem informasi (*system usage*) oleh para pelanggan dalam kepuasannya.

b. Implikasi Praktis

Pihak penyedia aplikasi Go-jek harus memiliki keinginan yang kuat untuk membantu memberikan solusi kepada konsumen apabila terjadi permasalahan sehingga aktivitas pelayanan yang diberikan harus benar-benar sesuai dengan harapan konsumen, pihak penyedia aplikasi Go-jek diharapkan melakukan penambahan fitur yang tepat dalam aplikasi sehingga segala bentuk kebutuhan konsumen terkait dengan pelayanan yang diharapkan dapat terpenuhi secara maksimal, pihak penyedia aplikasi Go-Jek harus berupaya untuk meningkatkan jaminan kualitas pelayanan yang diberikan sehingga dapat meminimalkan terjadinya kerusakan maupun kehilangan data dalam transaksi sehingga mendukung proses pelayanan yang diberikan, pihak penyedia aplikasi Go-Jek harus menggunakan aplikasi Go-Jek

memiliki keunggulan teknologi sehingga memiliki keunggulan dalam upaya mendukung untuk memaksimalkan pelayanan yang diberikan kepada konsumen, Diharapkan pihak penyedia aplikasi Go-jek merasa aplikasi Go-Jek untuk memberikan jaminan atas keberadaan data transaksi sehingga segala bentuk upaya peningkatan pelayanan dapat dilakukan sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan, dan yang terakhir Pihak penyedia aplikasi Go-jek harus berupaya untuk meningkatkan aksesibilitas jaringan yang sangat luas sehingga mudah untuk digunakan dan memberikan jaminan bahwa aktivitas pelayanan terkait dengan upaya mendukung kepuasan dapat terbentuk.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis menunjukkan terdapat pengaruh *Reliability* pada aplikasi Go-Jek terhadap kepuasan pelanggan Gojek di Malang. Meningkatnya *Reliability* meningkatkan kepuasan pelanggan Go-Jek di Malang.
2. Adanya pengaruh *Flexibility* pada aplikasi Go-Jek terhadap kepuasan pelanggan Go-Jek di Malang. Meningkatnya *Flexibility* meningkatkan kepuasan pelanggan Go-Jek di Malang.
3. Adanya pengaruh *Security* pada aplikasi Go-Jek terhadap kepuasan pelanggan Go-Jek di

- Malang. Meningkatnya *Security* meningkatkan kepuasan pelanggan Go-Jek di Malang.
4. Adanya pengaruh *Easy to use Privacy* pada aplikasi Go-Jek terhadap kepuasan pelanggan Go-Jek di Malang. Meningkatnya *Easy to use* meningkatkan kepuasan pelanggan Go-Jek di Malang.
 5. Adanya pengaruh *Privacy* pada aplikasi Go-Jek terhadap kepuasan pelanggan Go-Jek di Malang. Meningkatnya *Privacy* meningkatkan kepuasan pelanggan Go-Jek di Malang.
 6. Adanya pengaruh *Accessibility* pada aplikasi Go-Jek terhadap kepuasan pelanggan Go-Jek di Malang. Meningkatnya *Accessibility* meningkatkan kepuasan pelanggan Go-Jek di Malang.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka dapat diajukan beberapa saran yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Gojek Indonesia
 - a. Pihak pengelola Gojek Indonesia dapat lebih memperhatikan fasilitas yang dimiliki oleh perusahaan, dimana fasilitas fisik tersebut dapat memberikan dukungan upaya konsumen untuk mendapatkan kepuasan. Langkah nyata yang dapat dilakukan yaitu dengan memperhatikan kualitas pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya sehingga memberikan dukungan dalam menciptakan kepuasan pelanggan.
 - b. Pihak pengelola Gojek Indonesia dalam memberikan pelayanan melalui aplikasi yang digunakan selalu mengutamakan privasi konsumen sehingga tidak

- merugikan konsumen dan tidak digunakan pihak-pihak yang dapat merugikan konsumen.
- c. Pihak pengelola Gojek Indonesia harus lebih tanggap dalam pemanfaatan teknologi atau aplikasi sehingga keberadaan fasilitas tersebut benar-benar sesuai dengan harapan konsumen dan meningkatkan upaya untuk menciptakan kepuasan konsumen.
2. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti lain yang berminat untuk melanjutkan penelitian ini dapat menggunakan variabel lain yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini dapat dilakukan pada kota yang berbeda dan menggunakan alat analisis data yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Kadir, 2003, Konsep dan Tuntunan Praktis Basis Data, Andi, Yogyakarta
- Alba, et. al. 1997. Interactive home shopping : Consumer, retailer, and manufacturer incentives to participate in electronic marketplaces, *Journal of Marketing*, 61 (July).
- Ardianto, Elvinaro. 2010. Metode Penelitian Untuk Public Relatios Kuantitatif Dan Kualitatif. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Aries, Ivan dan Imam Ghozali. 2006. Akuntansi Keperilakuan. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Arikunto, Suharsimi. 2013. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Rineka Cipta, Jakarta.

- Azhar Susanto, 2004. *Sistem Informasi Manajemen*. Bandung: Linggar Jaya
- Behjati S, et al., (2012), Interrelation between E-service Quality and E-satisfaction and Loyalty, *European Journal of Business and Management*, Vol 4, No.9, 2012.
- Behjati, Nahich, Othaman. 2012. Interrelation between E-service Quality and Esatisfaction and Loyalty. *Journal European Journal of Business and Management* Vol 4, No.9.
- Bodnar, George H, and William S.Hopwood. 2006. *Sistem Informasi Akuntansi*, Buku I. Jakarta: Penerbit salemba empat.
- Davis, FD. 2009. *Perceived Usefulness Perceivc-Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology, Management Information Systems Quarterly. September: 319-342.*
- Devi, N.L.N.S., Suartana, I.W., 2014, Analisis Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Penggunaan Sistem Informasi di Nusa Dua Beach Hotel & Spa, *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* Vol. 6.1. pp. 167-184.
- Devi, S N Nih Luh, dan I Wayan Suartana. 2014. Analisis *Technology Acceptance Model* (Tam) Terhadap Penggunaan Sistem Informasi di Nusa Dua Beach Hotel & Spa Kabupaten Badung, Bali. (Online). <http://ojs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/article/download/7797/5882>. Diakses pada tanggal 09:53 WIB.
- Donoriyanto, Dwi Sukma. 2004. *Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Barang Dengan Metode Servqual Dan Qfd Di PT. Apas*. Skripsi (Tidak diterbitkan).
- Fishbein dan Ajzen, 1975. *Belief, Attitude, Intentions and Behavior: an introduction to theory and research*. California: Addison-Wesley Publishing Company, Inc.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analiss Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19* (Edisi kelima). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hamzah, Ardi. 2009. *Evaluasi Kesesuaian Model Keperilakuan dalam Penggunaan Teknologi Informasi di Indonesi*. Universitas Trunojoyo: Yogyakarta.
- Handayani, Rini. 2007. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan Sistem Informasi*. SNA X. UNHAS Makasar 26-28 Juli. STIE Atma Bhakti Surakarta.
- Jogiyanto. 2005. *Analisis dan Desain Sistem Informasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Kartika. 2013. *TechnologyAcceptance Model: Menguji Keefektivan Penerimaan Sistem Informasi Terpadu (Sister) di Lingkungan Universitas Jember*. (Online). http://repository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/58990/kartika_pemula_boptn_173.pdf?sequence=1. Diakses tanggal 18 Mei 2016, pukul 10:29 WIB.
- Kotler, Philip & Kevin, LaneKeller. 2009. *Manajemen Pemasaran, Jilid*

- satu, Edisi Ke dua belas.* Indeks, Jakarta.
- Komara, Acep. 2006. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Sistem Informasi Akuntansi. *Jurnal Maksi* Vol.6 No.2. Hal.143-260.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa.* Jakarta : PT. Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa.* Jakarta : PT. Salemba Empat
- Monroe, Allard C.R Van Riel et al. 2001. Marketing Antecedent of Industrial Brand Equity: An Empirical Investigation in Specialty Chemical. *Industrial Marketing Management* (12) 841-847.
- Newstrom, John W., Keith Davis, 1989, *Organizational Behavior, Human Behavior at Work,* New York: Mc. Graw Hill.
- O'Brien, James A. 2003. *Introduction to Information System : Essentials for the E-business Enterprise.* (11th edition). McGraw Hill Inc, New York.
- Parasuraman A, Zeithaml, Valerie A, Berry, Leonard L. 2002, "A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research," *Journal of Marketing,* Vol 49
- Peter, Olson. 2005. *Consumer Behaviour and Marketing Strategy.* New York: Mc. Graw Hill.
- Rangkuti, Freddy. 2010. *ANalisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis.* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rao, Purba. 1996. " *Measuring Consumer Perception Throught Factor Analysis*". *The AsiaManager.* February-March. Hal 28-32.
- Riduan, Kuncor. 2011. *Cara Menggunakan dan Memakai Path Anallysis (Analisis Jalur).* Bandung: Alfabeta.
- Simanjuntak, Payaman J. 2005. *Manajemen dan Evaluasi Kinerja.* Jakarta: FE UI.
- Singgih Santoso, 2002 *Mengolah Data Statistik Secara Professional,* Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Administrasi.* Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta
- Sunarto. 2005. *Manajemen Karyawan.* Yogyakarta: Amus.
- Suwarni dan Mayasari. 2011. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen.* *Jurnal Ekonomi Bisnis,* TH.16, No. 1.
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Service, quality and satisfaction.* Yogyakarta : Andi
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Pemasaran Jasa,* Malang: Bayumedia Publishing.