

Pengaruh Efektivitas Implementasi Dan Layanan Digital Pelni Mobile Terhadap Perspektif Pelanggan Selama New Normal Pandemic Covid-19

(Case Study Of Tanjung Priok Port)

Johanes Kurniawan.L¹, Franco², Rohman³,

1. ITL Trisakti, 2. ITL Trisakti,

* kurniawanjohanes8@gmail.com (email: korespondensi)

Abstract:

Penelitian ini dibuat dengan merujuk pada para Pengguna yang menggunakan Layanan Digital untuk Pembelian Tiket di PT. PELNI. Studi ini bertujuan untuk menganalisis Efektifitas Pelayanan Digital yaitu Aplikasi berbasis Mobile yang bisa memfasilitasi interaksi antar pemangku kepentingan yang terlibat dalam aktivitas Penumpang Melalui Moda Transportasi Laut secara efektif dan efisien selama pandemi Covid-19. Aplikasi yang dibuat berdasarkan kebutuhan dari para pengguna Jasa Transportasi Laut serta industri Logistik. Penelitian ini menggunakan teori D&M information system success model oleh De Lone dan Mc Lean pada 2003. Pada penelitian ini terdapat enam indikator yaitu kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan, intensi pengguna, kepuasan pengguna dan manfaat bersih. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu kuantitatif deskriptif. Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan 100 kuisioner kepada pengguna aplikasi Pelni Mobile. Penentuan sampel menggunakan rumus Slovin karena jumlah pengguna aplikasi pelni mobile sebanyak 1,049 pengguna. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Tipe penelitian deskriptif dipilih karena peneliti hanya bertujuan untuk menggambarkan efektifitas Layanan Mobile Application (PELNI MOBILE) dengan melakukan pengujian hipotesis. Metodologi yang dipergunakan dalam studi ini adalah dengan Metode Campuran (Mix Method), yaitu Kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua hipotesis berpengaruh positif dan signifikan. Berdasarkan hasil uji analisis deskriptif bahwa Aplikasi Pelni Mobile dapat dikatakan Sangat Efektif dengan rata rata dari penggabungan setiap indikator menghasilkan nilai sebesar 3,63 yang berada dalam rentang skala sangat efektif.

Keywords: EFFECTIVENESS, APPS MOBILE, CUSTOMER PERSPECTIVE

1. Pendahuluan

Introduction (Include Literature Review)

Pertumbuhan kebutuhan masyarakat akan sebuah teknologi mendorong terjadinya sebuah perubahan dalam tatanan hidup masyarakat. Industri transportasi yang saat ini di kacaukan dengan adanya penantang baru berbasis teknologi telah menawarkan kemudahan bagi kebutuhan masyarakat. (Jokhu, 2019).

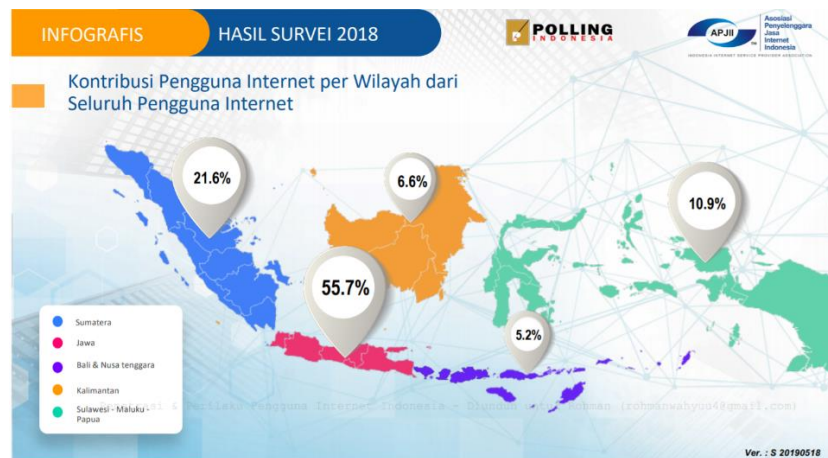


Figure 1. Internet User contributions Region year 2018
Sumber : (APJII, 2019)

Lonjakan penggunaan teknologi informasi selama dan pasca pandemi Covid-19. Perkiraan kami mengenai efek-efek ini mengasumsikan bahwa telah terjadi transformasi digital, sebelum pandemi terjadi, dan itu akan mengambil bentuk-bentuk tertentu karena dampak dari LockDown tersebut. (De, Pandey, & Pal, 2020)

PT Pelayaran Nasional Indonesia (Persero) atau Pelni yang merilis aplikasi pemesanan tiket kapal laut bernama Pelni Mobile guna memfasilitasi aktivitas Penumpang Melalui Moda Transportasi Laut secara efektif dan efisien selama pandemi Covid-19. (PT. PELNI Persero). Tujuan dari penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Efektifitas Pelayanan Digital yaitu Aplikasi berbasis Mobile yang bisa memfasilitasi aktivitas Penumpang Melalui Moda Transportasi Laut secara efektif dan efisien selama pandemi Covid-19. Aplikasi yang dibuat berdasarkan kebutuhan dari para pengguna Jasa Transportasi Laut serta industri Logistik.

Efektifitas

Efektifitas merupakan hubungan antara keluaran dengan tujuan atau sasaran yang harus dicapai. Kegiatan operasional dikatakan efektif apabila proses kegiatan mencapai tujuan dan sasaran akhir kebijakan. (Sumenge et al., 2012)

Menurut DeLone dan McLean pada 2003 sebagai Model Kesuksesan Sistem Informasi D&M Model. Menurut D&M, terdapat enam elemen faktor dalam pengukuran dari model ini. Model Kesuksesan Sistem Teknologi Informasi DeLone dan Mclean dalam penelitian (Alifian Afrizal Akbar, 2019)

1. System Quality dapat mengukur keandalan sistem, kemudahan untuk digunakan, kecepatan akses, fleksibilitas sistem serta keamanan.
2. Information Quality mengukur keluaran dari sistem informasi. Kualitas informasi harus relevan, lengkap dan mudah dimengerti.
3. Service Quality aplikasi mampu melayani kebutuhan pengguna.
4. Use meliputi keseluruhan sistem pencarian informasi di aplikasi.
5. User Satisfaction kepuasan pengguna dalam menggunakan aplikasi.
6. Net Benefit manfaat bersih merupakan penggabungan dampak individual.

Aplikasi Mobile

Dari perspektif teknologi, pandemi COVID-19 telah mendorong perubahan besar-besaran, langsung, dan belum pernah terjadi sebelumnya dalam penggunaan populasi dari teknologi digital dan media menurut Guittou dalam penelitian (Beaunoyer & Dup, 2020).



Figure 2. Internet penetration Indonesia 2018 based Urban and Rural Sumber : (APJII, 2019)

Venkatesh & Davis, dalam penelitian (Hasan, Kahfi, & Alamsyah, 2019) menggambarkan Technology Acceptance Model (TAM) sebagai model yang "menjelaskan persepsi kegunaan dan niat penggunaan dalam hal pengaruh sosial dan proses instrumental kognitif". Model ini menyatakan bahwa niat perilaku untuk menggunakan individu didasarkan pada dua keyakinan, yaitu manfaat yang dirasakan dan kemudahan penggunaan yang dirasakan Venkatesh & Davis dalam penelitian (Hasan et al., 2019) yang keduanya memediasi efek dari variabel eksternal, seperti sistem.

Melalui TAM, asumsinya pada saat ini, yaitu:

1. Persepsi Kemudahan Penggunaan (Ease of Use Perceived). Hal ini mencakup kemudahan penggunaan sistem inforpengguna akan menggunakan mobile application yang baru maka ada 2 (dua) faktor yang mempengaruhi sesuai dengan keinginan penggunaanya.
2. Persepsi Kebermanfaatan (Usefulness Perceived) Hal ini dimaksudkan bahwa pengguna percaya bahwa dengan menggunakan mobile application tersebut akan meningkatkan kinerjanya.

PERSPEKTIF PELANGGAN

Pandemi COVID 19 (Coronavirus) telah mempengaruhi hampir semua negara dan telah membuat efek signifikan pada ketersediaan fasilitas kesehatan dan sistem perawatan. Ada suatu persyaratan untuk pengenalan berbagai teknologi canggih untuk diatasi berbagai masalah terkait pandemi virus ini. Industri 4.0 juga dikenal sebagai revolusi industri keempat, yang terdiri dari memajukan teknologi manufaktur dan informasi, untuk memenuhi persyaratan khusus dari berbagai bidang manusia di Indonesia waktu yang lebih rendah. Teknologi ini menyediakan konektivitas nirkabel di Internetsektor manufaktur dan jasa untuk meningkatkan otomatisasi. (Javaid, Haleem, Vaishya, Bahl, & Suman, 2020)

Perspektif pelanggan mengidentifikasi bagaimana kondisi pelanggan kami dan target pasar perusahaan dipilih berdasarkan persaingan. Untuk menentukan target pasar secara kompetitif adalah dilakukan dengan meningkatkan kepuasan pelanggan. (Christian, Aditama, & Kiswara, 2013)

2. Core Measurement Group, yang memiliki beberapa komponen pengukuran, yaitu:
 - A. Pangsa Pasar (Market Share): Diukur dalam bentuk jumlah pelanggan, uang yang dibelanjakan atau volume satuan yang terjual.
 - B. Retensi Pelanggan (Customer Retention) Retensi pelanggan merupakan bentuk loyalitas. Sementara itu, loyalitas sendiri lebih mengacu pada sikap setia yang diukur berdasarkan sikap, keyakinan, perasaan, dan kehendak untuk melakukan pembelian dalam Penelitian (Esti, Lubis, & Wijayanto, 2013)
 - C. Akuisisi Pelanggan (Customer Acquisition) : Akuisisi dipengaruhi oleh sejumlah prospek, probabilitas akuisisi dari suatu prospek, dan pengeluaran akuisisi per prospek, Kotler dan Keller dalam penelitian(Widyastuti, 2015).
 - D. Kepuasan Pelanggan (Customer Satisfaction) : pengukuran ini berfungsi untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terkait dengan kriteria spesifik dalam value proportion.

1.1 Menurut Kotler dalam (Soromi & Pelleng, 2019) kriteria untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah Kesetiaan, Keluhan (komplain), dan Partisipasi.

3. Customer Value Proportion yang merupakan pemicu kinerja yang terdapat pada Core value proportion didasarkan pada atribut sebagai berikut :
 - A. Product/service attributes Menurut Fandy Tjiptono dalam (Besar, Desa, & Maju, 2016), atribut produk meliputi: Merek, Kemasan, Pemberian label (labeling), Layanan Pelengkap.
 - B. Customer Relationship CRM (Customer Relationship Management), dalam penelitian (Marketing, Aplikasi, Strategi, & Rapisari, 2016) meliputi Technology-based relationship, Brand-based relationship dan Human-based relationship.
 - C. Image and Reputation. terdapat tiga hal yang menjadi pengukuran dalam variable brand image yaitu : Recognition, Reputation , dan Brand Loyalty.(Sumenge et al., 2012)

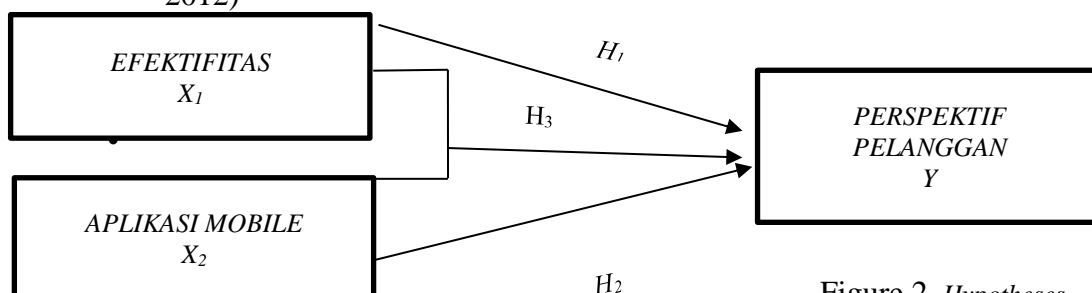


Figure 2. Hypotheses

H₁ = Diduga terdapat pengaruh yang signifikan antara efektifitas implementasi terhadap perspektif pelanggan

H_2 = Diduga terdapat pengaruh yang signifikan Aplikasi Mobile terhadap Layanan Perspektif Pelanggan

H_3 = Diduga terdapat pengaruh yang signifikan antara efektifitas implementasi dan Aplikasi Mobile secara bersama sama terhadap Perspektif Pelanggan.

2. Metode Penelitian

Metode Penelitian ini Metode Kuantitatif dan Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Penelitian deskriptif adalah jenis penelitian yang mendeskripsikan atau menggambarkan karakter suatu Variabel menurut Martono dalam penelitian (Prastiwi, 2018). Lokasi Penelitian ini dilakukan di Pelabuhan Tanjung Priok selama bulan Mei pada tahun 2020, Populasi penelitian ini adalah Penumpang Kapal Peln yang menggunakan Jasa Transportasi Laut yaitu berdasarkan data yang diperoleh dari Pelabuhan Indonesia (Perseroan) pada bulan Mei 2020 data penumpang ialah 1049 penumpang. Sample yang digunakan pada penelitian ini Simple random sampling dengan ukuran sample menggunakan rumus Slovin sehingga mendapatkan 100 responden Sumber data menggunakan data Primer dan Sekunder dengan Teknik pengambilan data menggunakan kuisioner. Untuk mengukur setiap variabel, penelitian ini menggunakan skala ordinal dan skala instrumen yang digunakan Skala Likert dalam penelitian ini dengan rentang skor (1 = sangat tidak setuju: 5 = sangat setuju), untuk mengetahui hubungan antar variable dengan melakukan uji validitas, reliabilitas, regresi linier berganda, Uji F, Uji t, dan Koefisien Determinasi.

3. Hasil penelitian dan Pembahasan

3.1 Uji Instrumen Validitas dan Reabilitas

Uji validitas yang digunakan peneliti menggunakan SPSS versi 26 for Windows. Uji validitas dihitung dengan cara membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} pada taraf kesalahan 5% untuk degree of freedom (df)= n-2, dengan ketentuan hasil uji pernyataan kuesioner dinyatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ (Ghozali,2013:53) dalam penelitian Prastiwi, 2018) Menurut (Prof.Dr.Sugiyono, 2017) dalam penelitian. Perhitungan reabilitas yang digunakan yaitu dengan menggunakan metode alpha Cronchbach. Uji Reabilitas dilakukan dengan mengacu pada alpha Cronchbach yaitu tingkat reabilitas mencapai 0,6.

Table 1.Hasil Uji Validitas dan Reabilitas

No	Variabel	Item	r _{hitung}	Cronbach alpha	r _{tabel}	Cronbach alpha standard	Keterangan	
1	Effectiveness (X ₁)	X _{1.1}	0,312	0.602	0.1966	0.60	Valid	Reliable
		X _{1.2}	0.668		0.1966	0.60	Valid	
		X _{1.3}	0.256		0.1966	0.60	Valid	
		X _{1.4}	0.629		0.1966	0.60	Valid	
		X _{1.5}	0.300		0.1966	0.60	Valid	
		X _{1.6}	0.667		0.1966	0.60	Valid	
		X _{1.7}	0.585		0.1966	0.60	Valid	
		X _{1.8}	0.651		0.1966	0.60	Valid	
2	Mobile Application (X ₂)	X _{2.1}	0.664	0.612	0.1966	0.60	Valid	Reliable
		X _{2.2}	0.702		0.1966	0.60	Valid	
		X _{2.3}	0.606		0,1966	0.60	Valid	
		X _{2.4}	0.743		0,1966	0.60	Valid	

Customer Perspective (Y)	Y.1	0.273	0.619	0.1966	0.60	Valid	Reliable
	Y.2	0.258		0,1966	0.60	Valid	
	Y.3	0.530		0,1966	0.60	Valid	
	Y.4	0.357		0,1966	0.60	Valid	
	Y.5	0.452		0,1966	0.60	Valid	
	Y.6	0.585		0,1966	0.60	Valid	
	Y.7	0.408		0,1966	0.60	Valid	
	Y.8	0.535		0,1966	0.60	Valid	
	Y.9	0.587		0,1966	0.60	Valid	
	Y.10	0.588		0.1966	0.60	Valid	
	Y.11	0.435		0.1966	0.60	Valid	

Sumber : Diolah berdasarkan hasil data kuesioner,2020

Peneliti menyebarkan kuesioner untuk 100 responden, $df = 100-2$ atau $df = 98$ dengan α ($5\% = 0,05$) maka r_{table} validitasnya 0,1966. Berdasarkan r_{table} tersebut, maka kriteria dalam penelitian ini, instrument dinyatakan valid jika $r_{hitung} > 0,1966$ dan instrumen tidak valid jika $r_{hitung} < 0,1966$. Hasil pengujian Reabilitas pada table 2, maka masing-masing variabel menghasilkan nilai Alpha yang melebihi nilai Cronbach Alpha 0,60. Jadi bisa disimpulkan indikator dan kuesioner dapat dipercaya atau konsisten.

3.2 Analisa Persamaan Regresi Linier Berganda

Menurut (Pardede, R., & Manurung, 2014:27) Diketahui bahwa dalam Regresi Berganda, Variable tergantung dipengaruhi oleh dua variable bebas sehingga berhubungan fungsional antara variable terikat (Y) yaitu Perspektif Pelanggan, dengan variable bebas yaitu : Efektivitas (X_1) dan Aplikasi Mobile (X_2).

Table 2. Persamaan Regresi Linier Berganda dan Uji t

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	5.910	2.137		2.765	.007
	TOTALX ₁	.753	.071	.640	10.641	.000
	TOTALX ₂	.772	.130	.356	5.921	.000

a. Dependent Variable: TOTALY

Sumber : Diolah berdasarkan hasil data kuesioner,2020

Berdasarkan analisis data dengan menggunakan SPSS versi-26, maka diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 5.910 + 0.753 X_1 + 0.772 X_2$$

Hasil dari Persamaan Regresi Linear berganda menunjukkan bahwa angka konstanta sebesar 5.910, yang artinya apabila efektifitas (X_1) dan Aplikasi Mobile (X_2) bernilai nol (0), maka nilai Perspektif Customer (Y) sebesar 5.910.

Hasil Uji t (parsial)

Menurut (Pardede, R., & Manurung, 2014:29) nilai t_{hitung} digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial Efektivitas (X_1) dan Aplikasi Mobile (X_2) terhadap variable terikat. Apakah variable tersebut memiliki pengaruh yang berarti terhadap variable Perspektif Pelanggan (Y) atau tidak dengan tingkat kesalahan 5%. Uji ini dilakukan dengan melihat kolom signifikansi pada masing – masing variable *independent*- (Bebas) dengan taraf signifikan $< 0,05$. Uji t yang dilakukan dapat dilihat pada table 2.

Pada tabel 2. nilai t_{hitung} untuk aplikasi mobile sebesar 4,790 maka dapat diketahui $t_{hitung} 5.921 > t_{tabel} 1,98472$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Sehingga hipotesis terdapat pengaruh positif dan signifikan antara efektifitas implementasi terhadap perspektif pelanggan

maka dapat diketahui $t_{hitung} > t_{tabel}$ 1,98472 dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Sehingga hipotesis terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Aplikasi Mobile terhadap Layanan Perspektif Pelanggan

Hasil Uji F (simultan)

Uji ini dilakukan dengan membandingkan signifikansi Nilai $F_{hitung} > F_{table}$ (Pardede, R., & Manurung, 2014:28), maka model yang dirumuskan sudah tepat., dengan melihat nilai $F_{table} = f(k ; n-k)$, $F = (2 ; 100-2)$, $F_{table} = (2;98)$ dengan tingkat kesalahan 5% Uji F yang dilakukan dapat dilihat pada table dibawah ini :

Table 3. Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1038.526	2	519.263	107.691	.000 ^b
	Residual	467.714	97	4.822		
	Total	1506.240	99			

a. Dependent Variable: TOTALY

b. Predictors: (Constant), TOTALX2, TOTALX1

Sumber : Diolah berdasarkan hasil data kuesioner, 2020

Berdasarkan pada hasil pengujian table diatas dapat dilihat nilai F_{hitung} sebesar 107.691 dengan nilai F_{table} adalah 3,09. Sehingga nilai $F_{hitung} > F_{table}$ dan tingkat signifikan $0,000^b < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_3 diterima, dapat disimpulkan bahwa efektifitas (X_1) dan Aplikasi Mobile (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Perspektif Pelanggan pada pengguna Aplikasi Peln Mobile.

Koefisien Determinasi

(Pardede, R., & Manurung, 2014:38) Koefisien Determinasi (*Goodness Of Fit*) yang dinotasikan dengan R^2 .

Koefisien Determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variable dependen.

Table 4. Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.830 ^a	.689	.683	2.196

a. Predictors: (Constant), TOTALX2, TOTALX1

Sumber : Diolah berdasarkan hasil data kuesioner, 2020

Berdasarkan Table diatas dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi terdapat pada nilai Adjusted R Square sebesar 0,683 yang artinya pengaruh independen (X) terhadap Variabel dependen (Y) sebesar 68,3% sedangkan sisanya 31,7% disebabkan variable lain yang tidak teridentifikasi kedalam model.

Analisis Deskriptif

Sugiyono (2005) dalam (Asep Sulaeman, 2018) analisis data kualitatif adalah bentuk analisa yang berdasarkan dari data yang berbentuk kata, kalimat, skema dan gambar. Dari variabel efektivitas sarana temu balik informasi elektronik terdiri dari 6 indikator Menurut (De Lone., McLean, 2003; 24 dalam penelitian (Alifian Afrizal Akbar, 2019) Dari tabel tersebut, dapat diketahui bahwa semua jumlah dari rata rata (mean) pernyataan dalam kuisiонер memiliki hasil Efektif Rincian sebagai berikut Pengukuran indikator Kualitas Sistem (System Quality) memperoleh skor rata rata 3,63 yang termasuk dalam rentang skala sangat efektif, kemudian hasil dari pengukuran indikator Kualitas Informasi (Information Quality) memperoleh skor rata rata 3,61 yang juga termasuk dalam rentang skala sangat efektif. Hasil dari pengukuran indikator Kualitas Pelayanan (Service Quality) memperoleh skor rata rata 3,62 yang termasuk dalam rentang skala sangat efektif, hasil dari pengukuran indikator Pengguna (Use) memperoleh skor rata rata 3,65. Kemudian indikator Kepuasan Pelanggan (User Satification) memperoleh skor rata rata 3,68 termasuk dalam rentang skala sangat efektif dan yang terakhir pengukuran indikator Manfaat Bersih (Net Benefit) dengan rata rata sebesar 3,32 yang berada dalam rentang skala efektif.

Kesimpulan

Berdasarkan analisis hasil penelitian pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa efektivitas aplikasi Pelni Mobile sebagai layanan Digital yaitu Aplikasi berbasis Mobile yang bisa memfasilitasi interaksi antar pemangku kepentingan yang terlibat dalam aktivitas Penumpang Melalui Moda Transportasi Laut dinyatakan secara kuantitatif penelitian ini memiliki hasil Sangat Efektif. Oleh karena itu, hasil akhir dari perhitungan efektivitas Aplikasi Pelni Mobile yang merupakan rata-rata dari penggabungan setiap indikator menghasilkan nilai sebesar 3,63 yang berada dalam rentang skala sangat efektif. Hal ini menyatakan bahwa responden yang merupakan Pengguna Aplikasi Pelni Mobile setuju bahwa Aplikasi Pelni Mobile merupakan aplikasi yang sangat efektif digunakan khusus untuk memfasilitasi interaksi antar pemangku kepentingan yang terlibat dalam aktivitas Penumpang Melalui Moda Transportasi Laut.

Referensi:

- Alifian Afrizal Akbar. (2019). *ANALISA APLIKASI OVO MENGGUNAKAN MODEL DELONE & MCLEAN DI KALANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS AIRLANGGA*.
- APJII. (2019). Penetrasi & Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia Tahun 2018. *Apjii*, 51. Retrieved from www.apjii.or.id
- Asep Sulaeman. (2018). *ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. CAKRAWALA CITRAMEGA*. 6(1).
- Beaunoyer, E., & Dup, S. (2020). *Computers in Human Behavior COVID-19 and digital inequalities : Reciprocal impacts and mitigation strategies*. 111(May). <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106424>
- Besar, H., Desa, D. I., & Maju, S. (2016). *Pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian kecap manis abc (studi ud. toko harapan besar di desa suka maju dk 4d)*.
- Christian, A., Aditama, R., & Kiswara, E. (2013). *ANALISIS KINERJA KOMPREHENSIF DENGAN BALANCED SCORECARD PADA PT. KERETA API INDONESIA (Studi Kasus Pada PT. KAI DAOP IV Semarang)*. 2, 1–10.
- De, R., Pandey, N., & Pal, A. (2020). International Journal of Information Management Impact of digital surge during Covid-19 pandemic : A viewpoint on research and practice. *International Journal of Information Management*, (June), 102171. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102171>
- Esti, W., Lubis, N., & Wijayanto, A. (2013). *MELALUI KEPUASAN (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro Angkatan 2009 – 2012 Pengguna Layanan Data Smartfren) serba moderen , ditandai dengan terus berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi , tak membuat Indonesia sa*. 1–10.
- Hasan, M., Kahfi, A. H., & Alamsyah, D. P. (2019). Analisa Pengaruh Mobile Application Dalam Menunjang Keberhasilan Wirausaha Di Kota Bekasi. *Jurnal Informatika*, 6(1), 47–52. <https://doi.org/10.31311/ji.v6i1.4989>
- Javaid, M., Haleem, A., Vaishya, R., Bahl, S., & Suman, R. (2020). Diabetes & Metabolic Syndrome : Clinical Research & Reviews Industry 4 . 0 technologies and their applications in fi ghting COVID-19 pandemic. *Diabetes & Metabolic Syndrome: Clinical Research & Reviews*, 14(4), 419–422. <https://doi.org/10.1016/j.dsx.2020.04.032>
- Jokhu, J. R. (2019). *Perspektif Baru dalam Teori Kualitas Pelayanan : Pentingnya Intensi Studi pada Perusahaan Fintech di Indonesia*. (January).
- Marketing, D., Aplikasi, B., Strategi, S., & Rapisari, D. (2016). *Digital marketing*. 10(2), 107–112.
- Pardede, R., & Manurung, R. (2014). *Analisis Jalur* (Edisi 1). Rineka Cipta.
- Prastiwi, M. A. (2018). *BALIK INFORMASI ELEKTRONIK PERPUSTAKAAN NASIONAL REPUBLIK INDONESIA*.
- Prof.Dr.Sugiyono. (2017). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF,KUALITATIF,DAN R&D*.
- Soromi, R. K., & Pelleng, F. A. O. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online GrabBike Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi*. 9(1), 19–27.
- Sumenge, A. S., Efektivitas, A., Efektifitas, A., Efisiensi, D. A. N., Anggaran, P., & Sumenge, A. S. (2012). *value for money*. 1(3), 74–81.
- Widyastuti, S. (2015). *Pengaruh kualitas produk dan jasa pada ekuitas pelanggan di coffee toffee indonesia*.

