

**PENGARUH KUALITAS APLIKASI GO-PAY TERHADAP NIAT TERUS  
MENGUNAKAN APLIKASI GO-PAY DENGAN KEPUASAN KONSUMEN  
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI  
(KASUS DI YOGYAKARTA)**



**Disusun Oleh:**

**FALIH MUHAMMAD ABI PUTRA**

**21.16.28825**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI  
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA  
YOGYAKARTA**

**2020**

## SKRIPSI

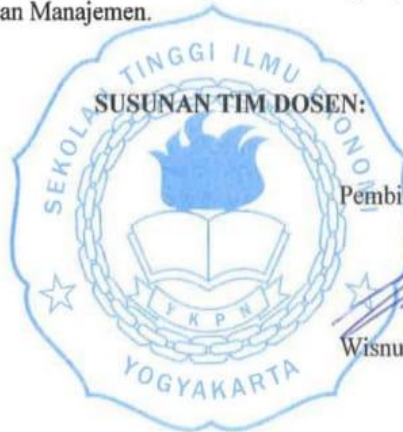
### PENGARUH KUALITAS APLIKASI GO-PAY TERHADAP NIAT TERUS MENGUNAKAN APLIKASI GO-PAY DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (KASUS DI YOGYAKARTA)

Dipersiapkan dan disusun oleh:

**FALIH MUHAMMAD ABI PUTRA**

No. Mhs.: 211628825

telah dipresentasikan di depan Tim Dosen pada hari Senin, 31 Agustus 2020 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen.



**SUSUNAN TIM DOSEN:**

Pembimbing I,

Algifari, Drs., M.Si.

Pembimbing II,

Wisnu Prajogo, Dr., MBA.

Ketua/Penguji,

Conny Tjandrarahardja, Dra., MM.

Yogyakarta, 31 Agustus 2020  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN

Ketua,

Dr. Haryono Subiyakto, M.Si.

## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the effect of the quality of the go-pay application on the intention to continue using the go-pay application with satisfaction as a mediating variable in Yogyakarta. This study obtains research data directly (primary), which is carried out by distributing research questionnaires to various groups who meet the requirements of filling out the research questionnaire. The main focus of this test is on the mediating variable, namely customer satisfaction and tested with two mediation tests, namely the Baron and Kenny test and the Sobel test. The results show that there is a direct influence on the quality of the go-pay application on the intention to continue using the go-pay application and customer satisfaction as a mediating variable which is proven to be able to partially mediate the effect of the quality of the go-pay application on the intention to continue using the go-pay application.*

*Keywords: Application Quality, Customer Satisfaction, Intention to Continue Using*

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas aplikasi go-pay terhadap niat terus menggunakan aplikasi go-pay dengan kepuasan sebagai variabel mediasi yang dilakukan di Yogyakarta. Penelitian ini memperoleh data penelitian secara langsung (primer), yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner penelitian kepada berbagai pihak kelompok yang memenuhi syarat pengisian kuesioner penelitian ini. Fokus utama pengujian ini adalah pada variabel mediasi yaitu kepuasan konsumen dan diujikan dengan dua pengujian mediasi, yaitu uji Baron dan Kenny serta uji Sobel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh langsung pada kualitas aplikasi go-pay terhadap niat terus menggunakan aplikasi go-pay dan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi terbukti mampu dapat memediasi secara parsial pengaruh pengaruh kualitas aplikasi go-pay terhadap niat untuk terus menggunakan aplikasi go-pay.

Kata kunci: Kualitas Aplikasi, Kepuasan Konsumen, Niat Terus Menggunakan

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## 1. Pendahuluan

Pertumbuhan sektor bisnis di pasar nasional hingga di pasar global kini memiliki iklim persaingan bisnis yang semakin ketat. Terutama dalam bidang teknologi informasi, masing-masing perusahaan secara terus menerus melakukan pengembangan guna meningkatkan keuntungan bagi perusahaan. Teknologi diciptakan untuk mempermudah aktivitas bisnis pada perusahaan dalam memenuhi permintaan konsumennya. Teknologi bermanfaat dalam berbagai bidang seperti produksi, layanan, dan pembayaran elektronik. Dalam hal keseharian pada masyarakat ataupun pelaku bisnis, teknologi informasi yang sering digunakan ialah internet, saat ini internet menjadi peran yang terpenting bagi pelaku bisnis.

Semakin majunya teknologi informasi yang dimiliki perusahaan-perusahaan saat ini, banyak dari mereka yang memanfaatkannya untuk keperluan bisnis. Hadirnya media alat pembayaran uang elektronik merupakan suatu bukti nyata dari perusahaan-perusahaan untuk terus berkembang dan bertahan hidup dari perkembangan industri.

Media alat pembayaran uang elektronik itu sendiri merupakan kartu prabayar yang artinya pengguna tidak bisa melakukan transaksi dengan uang elektronik tersebut apabila pengguna tidak memiliki jumlah saldo yang sesuai. Dalam penerbitannya, uang elektronik dapat diterbitkan oleh pihak bank atau perusahaan (dengan bantuan dari pihak Lembaga keuangan). Transaksi pada uang elektronik juga dapat dilakukan secara online maupun offline dan nilai pada uang elektronik sesuai dengan uang konvensional yang berlaku.

Munculnya inovasi berupa uang elektronik dilatarbelakangi oleh semakin majunya perkembangan teknologi dan permintaan konsumen, untuk agar dapat dipermudah dalam hal transaksi atau pembayaran atas produk ataupun jasa yang ditawarkan. Sebagai hasil dari perkembangan teknologi, tentu uang elektronik memberikan pengaruh positif maupun negatif. Dampak tersebut dapat dirasakan oleh penggunanya, pelaku bisnis, dan perekonomian secara umum.

Saat ini banyak perusahaan-perusahaan mengeluarkan uang elektroniknya sendiri, dalam upaya untuk tetap dapat memenuhi permintaan konsumen yang semakin bervariasi (khususnya dalam metode pembayarannya). Sejauh ini terdapat beberapa media uang elektronik yang sudah ada di Indonesia diantaranya Go-Pay, TokoCash, GrabPay, Bukadompet, dan ShopeePay. Seluruh perusahaan penyedia uang elektronik tersebut berkompetisi untuk memberikan layanan pembayaran yang terbaik dan mudah dalam penggunaan bagi konsumennya, namun dari keseluruhan penyedia uang elektronik tersebut yang menjadi market leader saat ini adalah go-pay. Produk pembayaran yang disediakan oleh go-pay ini membuktikan kepada konsumen bahwa go-pay memiliki aplikasi berkualitas tinggi untuk melengkapi apa yang dibutuhkan konsumen.

Terdapat beberapa unsur yang menjadi pertimbangan agar suatu produk dianggap berkualitas oleh konsumen. Kualitas merupakan unsur penting atas produk karena memiliki dampak langsung terhadap citra dan brand perusahaan. Produk yang

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

berkualitas merupakan sebuah keunggulan utama bagi perusahaan karena saat perusahaan memperoleh nilai yang positif dari konsumen maka akan menimbulkan feedback yang baik dan berpotensi menjadikannya sebagai konsumen setia atau repeat buyer.

Berdasar atas hasil survey JakPat dalam Startup Report 2017 DailySocial.Id, perusahaan nasional Go-Jek dengan Pembayaran go-pay ini yang didirikan oleh Nadiem Makarim merupakan e-money yang paling digemari oleh masyarakat saat ini. Kualitas go-pay dapat terlihat dari segi kemudahan dalam pemakaiannya dan go-pay memiliki tampilan interaktif yang menarik disertai rincian harga produk yang ditawarkan.

Agar dapat bertahan di dalam dunia industri suatu perusahaan harus dapat membuat konsumen untuk datang dan membeli atau memakai produk yang ditawarkannya secara terus menerus. Untuk dapat membuat konsumen membeli produk secara terus menerus perusahaan harus dapat memberikan suatu kepuasan atas produk yang ditawarkan. Kepuasan konsumen itu sendiri merupakan strategi jangka panjang dari perusahaan untuk mengikat konsumen agar tetap menggunakan produknya.

Kualitas aplikasi go-pay yang terbilang mudah digunakan dan fleksibel dalam hal penggunaan pembayaran, berdampak pada timbulnya rasa puas atas kinerja aplikasi tersebut. Rasa puas yang muncul akan membentuk suatu pola perilaku konsumen yang berupa keinginan untuk menggunakan aplikasi tersebut secara berkelanjutan.

Atas dasar tersebut, peneliti berasumsi bahwa suatu aplikasi yang berkualitas yang dapat memenuhi kebutuhan hingga keinginan konsumen akan membentuk suatu rasa kepuasan dalam diri konsumen, yang nantinya akan menciptakan sikap loyalitas pada konsumen untuk terus menggunakan aplikasi go-pay dalam setiap transaksinya.

Setelah pembahasan latar belakang di atas, maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian “Pengaruh Kualitas Aplikasi Go-Pay Terhadap Niat Terus Menggunakan Aplikasi Go-Pay Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi”. Studi Kasus Pada Pengguna Go-Pay di Yogyakarta.

## 2. Kajian Pustaka

### Teori TQM (Total Quality Management)

Definisi dari TQM yaitu manajemen yang mengutamakan kualitas produk atau jasa sebagai keunggulan usaha dan berfokus pada kepuasan konsumen disertai keterlibatan seluruh elemen perusahaan (Santosa, 1992). Sedangkan pengertian dari kualitas itu sendiri menurut Kotler (2005) yaitu manfaat suatu produk yang ditawarkan dan memiliki pengaruh atas kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan konsumen ataupun melampaui ekspektasi konsumen.

Berdasarkan pengertian tentang kualitas menurut teori Total Quality Management dan pendapat Kotler di atas, maka suatu produk yang ditawarkan akan dinilai berkualitas apabila dapat memenuhi kebutuhan atau melebihi ekspektasi dari



# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

konsumen. Artinya, kualitas merupakan salah satu indikator konsumen dalam menentukan penilaian kepuasan.

## **Teori EDT (Expectancy disconfirmaton theory)**

Teori ini menjelaskan kepuasan konsumen berdasar pada perbandingan pengalaman baik yang didapat atau sesuai dengan yang keinginan. Konsumen cenderung akan menerapkan espektasi tertentu pada suatu produk bila dibandingkan dengan produk lain pada kelas yang sama. Espektasi dari sebuah produk dan dibandingkan dengan manfaat produk sebenarnya berupa penilaian terhadap kualitas suatu produk. Kemungkinan yang akan terjadi, yaitu:

- Saat kualitas yang diharapkan lebih rendah maka akan terjadi adalah ketidakpuasan emosional pada konsumen (negative disconfirmation).
- Saat kualitas atau hasil yang diperoleh lebih besar daripada keinginan utama maka berpotensi timbulnya kepuasan emosional (positif disconfirmation).
- Apabila kualitas atau yang didapat sama dengan yang diharapkan (simple disconfirmation dannon-satisfaction).

## **Pendapat Kotler dan Keller mengenai minat beli berulang**

merupakan sebuah bentuk perilaku dimana konsumen sudah memiliki pertimbangan dalam menentukan, menggunakan dan keinginan atas produk yang ditawarkan.

Berdasarkan pandangan para ahli di atas maka disimpulkan bahwa timbulnya rasa keinginan terhadap suatu penawaran merupakan pengaruh daripada kegiatan promosi penawaran pihak eksternal, kesadaran konsumen akan kebutuhannya dan informasi mengenai kualitas seputar produk tersebut.

## **3. Hipotesis Penelitian**

### **Pengaruh kualitas aplikasi go-pay terhadap niat terus menggunakan aplikasi go-pay**

Kualitas aplikasi merupakan faktor pendukung yang menjadikan produk perusahaan dipilih dan diminati oleh konsumen untuk digunakan atau dikonsumsi. Keunggulan yang dimiliki suatu aplikasi dan menjadi pembeda dengan produk lainnya dapat dikatakan berkualitas dan aspek tersebut menentukan keputusan konsumen terhadap minat beli atas penawaran. Menurut Tjiptono (2004:4), kualitas merupakan suatu kemanfaatan yang diperoleh atas terjadinya pembelian produk yang menyebabkan timbulnya rasa kepuasan.

H1 : Kualitas aplikasi go-pay berpengaruh terhadap niat terus menggunakan aplikasi go-pay.

### **Pengaruh kualitas aplikasi terhadap niat terus menggunakan aplikasi go-pay dimediasi oleh kepuasan konsumen**

Lupiyoadi (2001:158) menyatakan bahwa kualitas produk yang ditawarkan oleh perusahaan merupakan suatu faktor penting dalam upaya mempengaruhi rasa kepuasan

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

konsumen. Rasa kepuasan konsumen apabila produk yang diperoleh atau digunakan dapat memenuhi kebutuhannya dan akan lebih terpuaskan apabila dapat melebihi harapan awal konsumen terhadap produk tersebut.

Kesimpulan yang diperoleh adalah kualitas aplikasi memiliki pengaruh atas rasa kepuasan konsumen dalam suatu produk. Rasa kepuasan konsumen tersebut nantinya akan berpengaruh terhadap minat pembelian ulang.

H2: Kepuasan konsumen memediasi pengaruh kualitas aplikasi go-pay terhadap niat terus menggunakan aplikasi go-pay.

## 4. Metode penelitian

### Ruang Lingkup Penelitian

Cakupan pada penelitian ini bertujuan untuk memperjelas permasalahan yang diteliti dan menghindari kemungkinan terjadinya penyimpangan pembahasan penelitian. Penelitian ini menggunakan metode survei dan tujuan daripada metode ini adalah untuk mencari tahu hubungan sebab dan akibat dari fenomena yang diteliti antar variabel. Objek daripada penelitian ini merupakan masyarakat Yogyakarta yang memiliki pengalaman dalam menggunakan aplikasi Go-Pay.

### Populasi dan Sampel

Populasi adalah rentang batas yang terdiri dari hal-hal dan topik yang memenuhi karakteristik spesifik yang dibutuhkan peneliti dan dipelajari berdasarkan kebutuhan penelitian dan kesimpulan yang ditarik. (Sugiyono, 1998). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu seluruh masyarakat di kota Yogyakarta.

Sampel merupakan suatu bagian dari keseluruhan karakteristik yang dimiliki oleh sebuah populasi. Hasil daripada sampel tersebut akan dipelajari dan akan mendapatkan kesimpulan yang nantinya diberlakukan untuk populasi secara keseluruhan (Sugiyono, 2008).

### Jenis dan Sumber Data

Jenis data penelitian ini adalah kuantitatif yaitu data yang dapat secara langsung dihitung yang berbentuk informasi dan dinyatakan dalam bentuk angka (Sugiyono, 2010).

### Data Primer

Data diperoleh langsung oleh para peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian. Dalam penelitian ini, data diperoleh melalui kuesioner yang dilakukan oleh peneliti dengan kriteria tertentu dan dibagikan kepada subjek penelitian atau responden. Peneliti dalam melakukan pengambilan data menggunakan kuesioner online GoogleForms dan dibagikan kepada kelompok masyarakat yang sesuai dengan kriteria penelitian.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## Jenis dan Definisi Operasional Variabel

### Variabel Independen (Variabel Bebas)

Merupakan variabel yang menjadi “sebab” timbulnya perubahan (mempengaruhi) pada variabel terikat (dependen). Dikatakan variabel bebas karena memiliki pengaruh terhadap variabel lainnya. Variabel independen penelitian ini adalah kualitas aplikasi go-pay.

### Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Merupakan variabel yang menjadi “akibat” timbulnya perubahan (dipengaruhi) atas variabel independen. Variabel dependen penelitian ini adalah niat untuk terus menggunakan aplikasi go-pay.

### Variabel Mediasi

Suatu variabel yang mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, baik dengan memperkuat atau memperlemah hubungan. Variabel mediasi juga dapat disebut sebagai variabel independen kedua karena memainkan peran antara variabel independen pertama dan variabel dependen. Variabel mediasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen.

### Pengukuran Variabel

Penelitian ini menggunakan pengukuran skala likert. Skala likert merupakan suatu metode untuk mengukur tingkat ketidaksetujuan dan kesetujuan seseorang terhadap suatu objek. Dalam mengaplikasikan metode skala likert, responden akan diberik skor nilai yang disusun secara bertingkat pada setiap jawaban yang dipilih berdasar penilaian responden. Tabel berikut adalah skala pengukuran pada skala likert yang digunakan pada penelitian ini.

Tabel 2  
Pengukuran Skala Likert

Skala pengukuran	Keterangan
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Netral
4	Setuju
5	Sangat Setuju



## Metode dan Teknik Analisis Data

### Analisis Deskriptif

Merupakan suatu metode analisis yang digunakan untuk mengetahui gambaran variabel dan seberapa banyak hasil jawaban responden yang memiliki kemiripan terhadap suatu butir pernyataan. Hasil analisis dapat memberikan gambaran atas suatu data yang dilihat dari nilai minimum, maksimum, rata-rata dan standar deviasi data tersebut. Berdasarkan kriteria yang digunakan pada kategori lembar responden maka peneliti menggunakan kategori: rendah, sedang, dan tinggi dengan menggunakan rumus yang diperoleh dari Glass dan Hopkins (1984), yaitu:

1. Menghitung rentang data (interval)  
Rumus yang digunakan dalam menghitung interval yaitu:  
$$\text{Interval} = (X_{\text{maks}} - X_{\text{min}}) + 1$$
2. Menentukan panjang kelas (class width)  
Rumus yang digunakan dalam menentukan panjang kelas yaitu:  
$$\text{Class Width} = \frac{\text{Interval}}{\text{Category}}$$

### Uji Kualitas Data

#### Uji Reliabilitas

Merupakan suatu pengukuran tingkat konsistensi variabel dalam sebuah tes dengan cara mengukur atau mengamati suatu variabel yang menjadi objek penelitian. uji reliabilitas juga dapat didefinisikan sebagai serangkaian pengukuran yang memiliki konsistensi jika pengukuran tersebut dilakukan secara berulang. Tujuan utama dilakukannya uji reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauhmana variabel penelitian dapat dipercaya dengan indikator konsistennya nilai pengujian dan stabil meskipun diujikan pada beberapa situasi (Sugiono, 2005).

#### Uji Validitas

Merupakan metode pengukuran untuk mengetahui sejauhmana tingkat keakuratan alat ukur dalam menjalankan fungsinya. Alat ukur akan memiliki validitas yang tinggi jika instrumen didalamnya melakukan fungsinya dengan baik dan hasilnya konsisten dengan tujuan pengukuran (Azwar, 1987: 173). Tujuan dilakukannya uji validitas pada penelitian ini untuk mengetahui tingkat validitas pada setiap butir pertanyaan yang diberikan kepada responden.

#### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Uji normalitas yang dilakukan dalam penelitian ini adalah untuk memastikan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini memiliki distribusi normal. Data yang didistribusikan normal akan dapat menampilkan populasi secara keseluruhan. Uji Kolmogorov-Smirnov merupakan pengujian yang digunakan untuk penelitian ini. Cara

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

membaca hasil perhitungan pengujian Kolmogorov-Smirnov adalah dengan melihat tingkat signifikansinya. Jika hasil menunjukkan tingkat signifikansi  $> 0,05$  maka dapat ditarik kesimpulan yaitu nilai residual telah berdistribusi normal.

## **Multikolinieritas**

Tujuannya adalah untuk menemukan apakah timbul korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Model dapat dikualifikasikan baik apabila tidak terdapat korelasi diantara variabel independen tersebut. Ada atau tidaknya korelasi pada variabel independen dapat diketahui dalam collinearity statistics, jika VIF (Variance Inflation Factor) menunjukan hasil  $\geq 10$  dan nilai tolerance  $\leq 0,1$  maka dapat dikatakan terjalin multikolinieritas.

## **Uji Heteroskedastisitas**

Tujuan dilakukannya uji ini adalah untuk memastikan apakah residual variance dalam suatu model regresi memiliki pengamatan yang berbeda dari pengamatan lainnya (Ghozali, 2013). Apabila residual variance tersebut tidak berbeda maka dapat nyatakan sebagai homokedastisitas dan itu merupakan model regresi yang baik. Uji yang digunakan pada penelitian ini untuk mengetahui apakah adanya heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan uji Glejser. Dalam pengujian Glejser nilai daripada signifikansi setiap variabel yang akan menentukan apakah adanya heteroskedastisitas atau tidak, apabila nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka dinyatakan tidak terdapat heteroskedastisitas.

## **Uji Analisis Regresi Berganda**

Pengujian ini bertujuan untuk menghitung hubungan antara dua variabel atau lebih dan berfungsi untuk menentukan arah hubungan antar variabel dependen dengan variabel independen (Ghozali, 2014:593). Regresi berganda adalah metode pengujian yang dapat diterapkan untuk menggambarkan pengaruh simultan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

## **Uji Analisis Regresi Sederhana**

Merupakan metode untuk menguji suatu hubungan secara linear antara suatu variabel independen dengan variabel dependen (Somantri, 2011:243). Dalam penelitian ini, metode regresi sederhana diterapkan pada kualitas aplikasi go-pay terhadap kepuasan konsumen, kualitas aplikasi go-pay terhadap niat terus menggunakan aplikasi go-pay, dan kepuasan konsumen terhadap niat terus menggunakan aplikasi go-pay yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh diantara variabel tersebut.

## Uji Hipotesis

### Uji F (Simultan)

Uji simultan dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Priyanto, 2010:83). Dalam menentukan hipotesis, kriteria yang digunakan sebagai berikut:

H<sub>0</sub>: Variabel independen tidak mampu menjelaskan perubahan variabel dependen.

H<sub>A</sub>: Variabel independen mampu menjelaskan perubahan variabel dependen.

Dalam uji simultan ini, taraf signifikansi yang digunakan adalah sebesar 5%. Kesimpulan yang diperoleh dari pengujian tersebut adalah jika F hitung > F tabel, pada tabel  $\alpha = 5\%$ , maka H<sub>0</sub> ditolak. Artinya variabel independen mampu menjelaskan perubahan variabel dependen.

### Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Dalam uji parsial ini, 5% adalah tingkat signifikansi yang diterapkan. Kesimpulan yang diperoleh dari pengujian tersebut adalah apabila t hitung > t tabel, pada tabel  $\alpha = 5\%$ , maka H<sub>0</sub> ditolak. Artinya variabel bebas secara parsial mempunyai efek (berpengaruh) terhadap variabel terikat.

### Uji Baron dan Kenny

Berdasar pandangan Baron dan Kenny (1986), apabila variabel independen tidak mempunyai pengaruh langsung terhadap variabel dependen setelah mengontrol variabel mediasi, maka dapat dianggap sebagai mediasi sempurna. Sedangkan apabila pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen setelah mengontrol variabel mediasi berkurang tetapi masih signifikan, maka dapat dianggap sebagai mediasi parsial.

### Uji Sobel

Untuk memperkuat pengujian mediasi, diperlukan suatu alat uji sobel mendukung pengujian tersebut. Baron dan Kenny (1986) mengatakan bahwa variabel dapat dikatakan variabel mediasi jika memiliki pengaruh pada hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Pada penelitian ini, variabel mediasi diuji dengan metode yang dicetuskan Sobel (Ghozali, 2011: 248). Pengujian ini dilakukan untuk memperkuat hasil pengaruh tidak langsung pada variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) melalui variabel mediasi (I).

## 5. Analisis dan Pembahasan

### Deskripsi Kategori Variabel

Deskripsi kategori variabel bertujuan untuk mengkategorikan penilaian responden terhadap variabel dalam penelitian ini (kualitas aplikasi go-pay, kepuasan konsumen, dan niat untuk terus menggunakan aplikasi go-pay). Data penelitian yang diperoleh selanjutnya dimasukkan dalam tiga kategori kelompok penilaian yaitu rendah, sedang dan tinggi.

### Variabel Kualitas Aplikasi Go-Pay

Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Presentase
Tinggi	$\geq 36,66$	128	90,8%
Sedang	$23,33 \leq X < 36,66$	12	8,5%
Rendah	$X < 23,33$	1	0,7%
Jumlah		141	100%

Dari tabel tersebut dapat diketahui jumlah penilaian responden terhadap variabel kualitas aplikasi go-pay dengan penilaian tinggi sebanyak 128 orang (90,8%), responden dengan penilaian skor sedang sebanyak 12 orang (8,5%), dan responden dengan penilaian rendah 1 orang (0,7%).

### Variabel Kepuasan Konsumen

Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Presentase
Tinggi	$\geq 28,33$	0	0
Sedang	$11,66 \leq X < 28,33$	141	100%
Rendah	$X < 11,66$	0	0
Jumlah		141	100%

Dari tabel tersebut dapat diketahui jumlah penilaian responden terhadap variabel kepuasan konsumen dengan penilaian tinggi sebanyak 0 orang (0%), responden dengan penilaian skor sedang sebanyak 141 orang (100%), dan responden dengan penilaian rendah 0 orang (0%).

### Variabel Niat untuk terus menggunakan aplikasi go-pay

Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Presentase
Tinggi	$\geq 14,66$	121	85,8%
Sedang	$9,33 \leq X < 14,66$	20	14,2%
Rendah	$X < 9,33$	0	0
Jumlah		141	100%

Dari tabel tersebut dapat diketahui jumlah penilaian responden terhadap variabel niat untuk terus menggunakan aplikasi go-pay dengan penilaian tinggi sebanyak 121 orang (85,8%), responden dengan penilaian skor sedang sebanyak 20 orang (14,2%), dan responden dengan penilaian rendah 0 orang (0%).

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## Uji Kualitas Data

### Uji Validitas

Dalam menguji tingkat validitas data, peneliti menggunakan teknik uji validitas *product moment pearson* pada penelitian ini dengan menggunakan program SPSS. Dasar dalam menentukan suatu data dinyatakan valid atau tidak adalah apabila r-hitung lebih besar dari pada r-tabel. Rumus yang digunakan untuk mengetahui r-tabel yaitu r-tabel ( $\alpha, n$ ) atau (5%, 141) maka diketahui sebesar 0,164. Setiap butir pertanyaan akan dinyatakan valid jika signifikansinya lebih besar dari pada 0,164.

### Pengujian pada variabel Kualitas Aplikasi Go-Pay

Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1	0,607	0,164	Valid
2	0,602	0,165	Valid
3	0,609	0,166	Valid
4	0,572	0,167	Valid
5	0,693	0,168	Valid
6	0,793	0,169	Valid
7	0,701	0,170	Valid
8	0,694	0,171	Valid
9	0,595	0,172	Valid
10	0,679	0,173	Valid

Berdasarkan hasil pengujian, seluruh butir pertanyaan pada variabel tersebut mempunyai nilai r-hitung yang lebih besar dari pada r-tabel, disimpulkan bahwa secara keseluruhan pertanyaan tersebut masuk dalam kategori valid.

### Pengujian pada variabel Kepuasan Konsumen

Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1	0,729	0,164	Valid
2	0,618	0,165	Valid
3	0,723	0,166	Valid
4	0,664	0,167	Valid
5	0,744	0,168	Valid

Berdasarkan hasil pengujian, seluruh butir pertanyaan pada variabel tersebut mempunyai nilai r-hitung yang lebih besar dari pada r-tabel, disimpulkan bahwa keseluruhan pertanyaan tersebut masuk dalam kategori valid.



# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## Pengujian pada variabel niat untuk terus menggunakan aplikasi go-pay

Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1	0,763	0,164	Valid
2	0,763	0,165	Valid
3	0,692	0,166	Valid
4	0,790	0,167	Valid

Berdasarkan hasil pengujian, seluruh butir pertanyaan pada variabel tersebut memiliki nilai r-hitung yang lebih besar dari pada r-tabel, maka dapat disimpulkan keseluruhan pertanyaan tersebut masuk dalam kategori valid.

## Uji Reliabilitas

Dasar dalam menentukan reliabel atau tidaknya suatu data adalah dengan *alpha* yang diperoleh oleh variabel tersebut. apabila *alpha* yang diperoleh lebih besar dari pada 0,60 maka data dari variabel tersebut dapat dikatakan reliabel.

## Pengujian pada variabel Kualitas Aplikasi Go-Pay

Cronbach's Alpha	N of Items
0,849	10

Hasil *cronbach's alpha* yang dimiliki oleh variabel kualitas aplikasi Go-Pay sebesar 0,849 lebih besar dari pada 0,60. Maka dapat disimpulkan bahwa jawaban responden atas pertanyaan yang diberikan tergolong konsisten karena *cronbach's alpha* di atas 0,60.

## Pengujian pada variabel Kepuasan Konsumen

Cronbach's Alpha	N of Items
0,735	5

Hasil *cronbach's alpha* yang dimiliki oleh variabel kepuasan konsumen sebesar 0,735 lebih besar dari pada 0,60. Maka dapat disimpulkan bahwa jawaban responden atas pertanyaan yang diberikan tergolong konsisten karena *cronbach's alpha* di atas 0,60.

## Pengujian pada variabel Niat untuk terus menggunakan aplikasi go-pay

Cronbach's Alpha	N of Items
0,741	4

Hasil *cronbach's alpha* yang dimiliki oleh variabel niat untuk terus menggunakan aplikasi go-pay sebesar 0,741 lebih besar dari pada 0,60. Maka dapat disimpulkan bahwa jawaban responden atas pertanyaan yang diberikan tergolong konsisten karena *cronbach's alpha* di atas 0,60.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## Uji Asumsi Klasik

### Uji Normalitas

Tujuannya adalah untuk mengetahui normal atau tidak suatu distribusi data (Santosa dan Ashari, 2005). Kolmogorov-Smirnov merupakan pengujian yang digunakan dalam pengujian ini, hasil yang diperoleh:

Pengujian	Signifikansi
Kolmogorov-Smirnov	0,454

Berdasarkan hasil diatas pengujian yang dilakukan dengan Kolmogorov-Smirnov memiliki tingkat signifikansi  $0,454 > 0,05$  yang dapat disimpulkan bahwa penelitian tersebut berdistribusi normal.

### Uji Multikolinieritas

Tujuannya adalah untuk mengetahui besarnya interkolerasi antara variabel bebas dalam suatu penelitian dan disebut multikolinieritas apabila terjadi korelasi diantara variabel tersebut. Dasar dalam menentukan apakah terjadi multikolinieritas atau tidak dapat dilihat pada nilai tolerance dan VIF. Suatu variabel akan dikatakan tidak terjadi multikolinieritas apabila nilai toleransi berada di atas 0,1 dan nilai VIF berada di bawah 10. Hasil uji multikolinieritas dapat disimak di bawah ini:

Variabel	Tolerance	VIF	Kesimpulan
Kualitas Aplikasi Go-Pay	0,419	2,386	Tidak terjadi multikolinieritas
Kepuasan Konsumen	0,419	2,386	Tidak terjadi multikolinieritas

Berdasarkan hasil di atas, dapat dilihat semua variabel memiliki toleransi di atas 0,1 dan nilai VIF di bawah 10. Kesimpulannya adalah tidak terjadi multikolinieritas pada model regresi dalam penelitian ini.

### Uji Heteroskedastisitas

Uji yang digunakan pada penelitian ini untuk mengetahui apakah adanya heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan uji *Glejser*. Dalam pengujian Glejser nilai daripada probabilitas setiap variabel yang akan menentukan apakah adanya heteroskedastisitas atau tidak, apabila signifikansi  $> 0,05$ , maka dinyatakan tidak ada heteroskedastisitas, tetapi nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka dinyatakan ada heteroskedastisitas.

Variabel	Signifikansi	Kesimpulan
Kualitas Aplikasi Go-Pay	0,401	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Kepuasan Konsumen	0,632	Tidak terjadi heteroskedastisitas

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa semua variabel memiliki nilai signifikansi di atas 0,05 dan dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

## Pengujian Hipotesis

### Uji t (Uji Parsial)

Tujuan dilakukannya uji t adalah untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel secara parsial (variabel bebas) yang terdapat dalam model regresi terhadap variabel terikat. Dasar perhitungan dalam uji t adalah apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau t hitung lebih besar dari t tabel maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Hipotesis 1 diuji dengan pengujian regresi ini.

Berikut ini hasil perhitungan data penelitian dengan menggunakan SPSS untuk memperoleh model regresi 1, dimana kualitas aplikasi Go-Pay adalah variabel independen dan niat untuk terus menggunakan aplikasi go-pay adalah variabel dependen

Variabel	Koefisien regresi (b)	t-hitung	Sig.	R Square	Kesimpulan
Kualitas Aplikasi Go-Pay	0,27	9,144	0	0,376	Signifikan
Konstanta = 5,162					
F-hitung = 83,613					
Sig. = 0,000					

### Uji F

Tujuan dilakukannya uji F adalah untuk mengetahui pengaruh secara simultan pada semua variabel independen (variabel kualitas aplikasi Go-Pay dan variabel kepuasan konsumen) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (variabel minat beli menggunakan Go-Pay). Dasar perhitungan pada pengujian ini adalah apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau F-hitung lebih besar dari pada F-tabel maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh variabel independen (X) secara simultan terhadap variabel dependen (Y).

F-hitung	F-tabel	Sig.	R Square
54,397	3,06	0	0,441

Berdasarkan perhitungan tabel di atas, F-hitung sebesar  $54,397 > F$ -tabel sebesar 3,060 dan atau signifikansi F-hitung sebesar  $0,000 < 0,050$  maka dapat disimpulkan bahwa “terdapat pengaruh secara simultan pada variabel kualitas aplikasi Go-Pay dan variabel kepuasan konsumen terhadap variabel minat beli menggunakan Go-Pay”.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## Pengujian Hipotesis Mediasi dengan Metode Baron dan Kenny (BK)

Pengujian hipotesis mediasi dilakukan pertama dengan pendekatan yang dikemukakan oleh Baron dan Kenny. Tabel berikut menunjukkan hasil pengujian hipotesisnya:

Tahap Pengolahan	Variabel Independen	Variabel Dependen	Koef Regresi (b)	P value	Keterangan
1	Kualitas Aplikasi Go-Pay	Niat terus menggunakan go pay	0,270	0,0001	Memenuhi Kriteria Pengujian BK
2	Kualitas Aplikasi Go-Pay	Kepuasan konsumen	0,368	0,0001	Memenuhi Kriteria Pengujian BK
3	Kepuasan konsumen	Niat terus menggunakan go pay	0,577	0,0001	Memenuhi Kriteria Pengujian BK
4	Kualitas Aplikasi Go-Pay	Niat terus menggunakan go pay	0,137	0,020	
	Kepuasan konsumen	Niat terus menggunakan go pay	0,360	0,000	

Hasil perhitungan pada penelitian ini menemukan adanya dukungan untuk hipotesis mediasi dan menemukan adanya pengaruh mediasi parsial pada kepuasan konsumen untuk pengaruh kualitas aplikasi go pay terhadap niat terus menggunakan gopay. Dalam persamaan regresi pertama ditemukan pengaruh dengan signifikansi ( $\beta = 0,270$ ,  $p < 0,01$ ) dan dalam persamaan regresi keempat juga terdapat pengaruh dengan signifikansi ( $\beta = 0,137$ ,  $p < 0,01$ ).

### Uji Sobel

Penerapan uji sobel digunakan untuk menguji ketahanan (*robustness test*) atas pengaruh mediasi pada pengujian sebelumnya (Baron dan Kenny). Tujuan digunakannya uji sobel ini adalah untuk mengetahui serta memperkuat hasil pengaruh dari variabel mediasi.

Dalam menentukan tingkat pengaruhnya, uji Sobel memiliki batas minimum untuk suatu variabel mediasi agar dapat dikatakan sebagai variabel modiasi yang berpengaruh terhadap hubungan variabel independen terhadap dependen, yaitu batas minimumnya adalah nilai Z yang diperoleh harus lebih besar dari pada 1,96. Model regresi yang dibutuhkan dalam uji Sobel:

## Sobel Model Regresi 1

Variabel	<i>Unstandardized B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Standardized Beta</i>
Kualitas Aplikasi Go-Pay	0,270	0,029	0,613

Berdasarkan tabel di atas, dalam model secara langsung ini antara variabel kualitas aplikasi Go-Pay terhadap variabel niat untuk terus menggunakan aplikasi go-pay diperoleh hasil *unstandardized B* adalah 0,270, *std. error* adalah 0,029 dan *Standardized Beta* 0,613.

## Sobel Model Regresi 2

Variabel	<i>Unstandardized B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Standardized Beta</i>
Kualitas Aplikasi Go-Pay	0,137	0,043	0,312
Kepuasan Konsumen	0,360	0,090	0,395

Berdasarkan tabel di atas, dalam model secara tidak langsung ini antara variabel kualitas aplikasi Go-Pay terhadap variabel niat untuk terus menggunakan aplikasi go-pay melalui variabel kepuasan konsumen diperoleh hasil sebagai berikut:

- Pada Model Regresi 1 variabel kualitas aplikasi Go-Pay memiliki nilai *standardized B* adalah 0,613 dengan nilai *standard error* adalah 0,029.
- Pada Model Regresi 2 variabel kepuasan konsumen memiliki nilai *standardized B* adalah 0,395 dengan nilai *standard error* adalah 0,090.

Setelah semua yang diperlukan diketahui maka dapat dihitung menggunakan rumus uji Sobel berikut ini:

$$z = \frac{ab}{\sqrt{(b^2 SE_a^2) + (a^2 SE_b^2)}}$$
$$z = \frac{0,613 \times 0,395}{\sqrt{(0,395^2 \times 0,029^2) + (0,613^2 \times 0,090^2)}}$$
$$z = 4,297$$

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus uji Sobel diperoleh nilai Z sebesar 4,297. Nilai Z yang diperoleh sebesar 4,297 lebih besar daripada 1,96 dengan tingkat signifikansi 5% maka kesimpulan yang diperoleh adalah kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi mampu memediasi hubungan antara pengaruh kualitas aplikasi go-pay terhadap variabel niat untuk terus menggunakan aplikasi go-pay.



## 6. Kesimpulan dan Saran

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti di atas, maka diperoleh beberapa kesimpulan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Terdapat pengaruh langsung pada kualitas aplikasi go-pay terhadap niat terus menggunakan aplikasi go-pay.
2. Kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi terbukti mampu memediasi pengaruh kualitas aplikasi go-pay terhadap niat untuk terus menggunakan aplikasi go-pay.

### Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan jumlah koresponden yang terdapat dalam penelitian ini hanya berjumlah 141 orang pengguna layanan aplikasi go-pay sehingga kurang mewakili keseluruhan pengguna aplikasi go-pay di Kota Yogyakarta dan penelitian ini hanya menggunakan variabel kualitas aplikasi go-pay, kepuasan konsumen, dan niat untuk terus menggunakan aplikasi go-pay.

### Saran

Kepada peneliti yang ingin melanjutkan penelitian ini dapat menambahkan jumlah pertanyaan atau memperbanyak subjek penelitian sehingga hasil penelitian dapat lebih menggambarkan pengaruh go-pay dalam lingkup yang lebih luas. Pengembangan penelitian juga dapat melalui penambahan variabel lain diantaranya citra merek, potongan harga dan kualitas pelayanan.

## DAFTAR PUSTAKA

- 3, D. P. (2020, Jan 15). *Populasi*. Retrieved From Dosenpendidikan.Co.Id: <https://www.dosenpendidikan.co.id/pengertian-populasi-menurut-para-ahli/>
- A.A, Zainul, & Inggang. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli. *Administrasi Bisnis (Jab)*/Vol. 61 No. 2, 204-205.
- Aji, Y. T. (2017, November 02). *Thesis*. Retrieved From Repositori Universitas Dinamika: <http://repository.dinamika.ac.id/eprint/2505/>
- Alamsyah, R. A. (N.D.). Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Niat Pembelian Ulang Di Toko *Online* . *Department Of Management Feb Umm*, 159.
- Amanahme. (2012, Apr 05). *Regresi Linier Sederhana*. Retrieved From Amanahtp.Wordpress.Com: <https://amanahtp.wordpress.com/2012/04/05/regresi-linier-sederhana/>
- Analia, Kadarisman, & Sunarti. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen. *Administrasi Bisnis (Jab) Vol. 38*, 127.
- Bimo, S. (2017, Jan 20). *Uji Mediasi Dengan Sobel Test*. Retrieved From Statistikolahdata.Com: <http://www.statistikolahdata.com/2017/01/uji-mediasi-dengan-sobel-test.html>
- Dailysocial.Id. (2018). *Databoks*. Retrieved From Katadata.Co.Id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/13/go-pay-uang-elektronik-terpopuler-di-indonesia>
- Franedy, R. (2019, Oct 01). *Berita Tech*. Retrieved From Cnbcindonesia.Com: <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20191001142410-37-103543/ini-bedanya-gopay-china-dengan-gopay-milik-gojek/2>
- Hendra, & Ruri. (2017). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sayuran Organik Di Pasar Sambas Medan. *Niagawan Vol 6 No 2*, 47.
- Heryana, R. (2016). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan Salon John Van Tien. 11-12.
- Hidayat, A. (2013, Jan 23). *Metode Kolmogorov-Smirnov*. Retrieved From Wwww.Statistikian.Com: <https://www.statistikian.com/2013/01/rumus-kolmogorov-smirnov.html>

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Hidayat, R., & Rindu, D. N. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Bingka Nayadam Batam. *Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 34.
- Ichwan. (2010, Nov 19). *Definisi, Unsur, Prinsip, Manfaat Program Total Quality Management (Tqm)*. Retrieved From <https://ichwanfile.wordpress.com/>
- Ikhsanti, D. (2018, Feb 06). *Baik Buruknya Tren Uang Elektronik Di Indonesia*. Retrieved From <https://www.aturduit.com/articles/penggunaan-uang-elektronik/>
- Ilham, M. (2020, Apr 5). *Pengertian Sampel*. Retrieved From [Materibelajar.Co.Id: https://materibelajar.co.id/pengertian-sampel-menurut-para-ahli/](https://materibelajar.co.id/pengertian-sampel-menurut-para-ahli/)
- Manis, S. (2019, Jan 04). *Pengertian Minat Beli Dan Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli*. Retrieved From [Pelajaran.Co.Id: https://www.pelajaran.co.id/2019/04/pengertian-minat-beli-aspek-dimensi-tahapan-dan-faktor-yang-mempengaruhi-minat-beli-konsumen.html](https://www.pelajaran.co.id/2019/04/pengertian-minat-beli-aspek-dimensi-tahapan-dan-faktor-yang-mempengaruhi-minat-beli-konsumen.html)
- Ma'un, R. (2015). Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna Web The Cabin Hotel Yogyakarta. 15-17.
- Qomari, R. (2009). Teknik Penelusuran Analisis Data Kuantitatif Dalam Penelitian Kependidikan. *Insania Vol. 14 No. 3*, 2-4.
- Rahman, A., & Dewantara, R. Y. (2017). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Kemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Minat Menggunakan Situs Jual Beli Online. *Administrasi Bisnis (Jab)*, 4.
- Riadi, M. (2013, April 02). *Ekonomi*. Retrieved From [Kajianpustaka.Com: https://www.kajianpustaka.com/2013/04/pengertian-faktor-pengukuran-kepuasan-konsumen.html](https://www.kajianpustaka.com/2013/04/pengertian-faktor-pengukuran-kepuasan-konsumen.html)
- Rizki, R. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Kosmetik Wardah. *Jom Fisip Vol. 5: Edisi I*, 4-5.
- Romadhon , M. R. (2020). Pengaruh Biaya Corporate Social Responsibility, Struktur Modal, Dan Pertumbuhan Aset Terhadap Harga Pasar Saham Perusahaan Yang Terdaftar Dalam Indeks LQ45 Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2018. 43-45.
- Salamadian. (2017, Feb 12). *Teknik Pengambilan Sampel*. Retrieved From [Salamadian.Com: https://salamadian.com/teknik-pengambilan-sampel-sampling/](https://salamadian.com/teknik-pengambilan-sampel-sampling/)
- Seputarpengertian. (2016, Jun 10). *Pengertian Aplikasi*. Retrieved From [Seputarpengertian.Co.Id: https://www.seputarpengertian.co.id/2016/06/10-pengertian-aplikasi-menurut-para-ahli-lengkap.html](https://www.seputarpengertian.co.id/2016/06/10-pengertian-aplikasi-menurut-para-ahli-lengkap.html)

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Setyawan, S. I. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Aplikasi, Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Go-Jek. 23-26.
- Soper, D. (2006). *Free Statistic Calculator*. Retrieved From [Www.Danielsoper.Com:Https://Www.Danielsoper.Com/Statcalc/Calculator.aspx?Id=31](http://Www.Danielsoper.Com:Https://Www.Danielsoper.Com/Statcalc/Calculator.aspx?Id=31)
- Sujito. (2011). Total Satisfaction Merupakan Bentuk Diskonfirmasi Pelanggan Untuk Meningkatkan Loyalitas . 42.
- Sulistyaningrum, U. (2014). Pengaruh Kualitas Produk Dan Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Restoran Koki Tappanyaki Express. 49-50.
- Sulistiyowati, Kadunci, & Rifaldi. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi *Online* Gojek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Mahasiswa/I Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta. *Epigram Vol. 13 No. 2 Oktober 2016*, 122-124.
- Susanti, D. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Konsumen Dalam Membeli Produk Tupperware Pada Perumahan Griya Tika Utama Pekanbaru. *Menara Ekonomi*, 24-26.
- Susilo, E. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik Terhadap Loyalitas Pelanggan *Online* Dimediasi Kepuasan Pelanggan *Online* Pengguna Layanan Aplikasi Grab Di Bandar Lampung. 27-29.
- Tanamal, R., & Izaaz, A. (2019, Juli). Retrieved From Researchgate.Net: [Https://Www.Researchgate.Net/Publication/335036971\\_Analisis\\_Pengaruh\\_Kualitas\\_Layanan\\_Terhadap\\_Kepuasan\\_Pelanggan\\_Pada\\_Platform\\_Investasi\\_Crowdfunding\\_Berbasis\\_Mobile](https://www.researchgate.net/publication/335036971_Analisis_Pengaruh_Kualitas_Layanan_Terhadap_Kepuasan_Pelanggan_Pada_Platform_Investasi_Crowdfunding_Berbasis_Mobile)
- Teofilus, & Trisya, R. (2016). Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Elektronik Terhadap Nilai Jasa Yang Diterima Dan Kepuasan Konsumen (Studi Empiris: Aplikasi Go-Jek). *Entrepreneur Dan Entrepreneurship*, 34-35.
- Umbu, M. S. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi. 16-22.
- Utami, N. W. (2020, Feb 23). *Bisnis*. Retrieved From Jurnal Entrepreneur: [Https://Www.Jurnal.Id/Id/Blog/2018-Ketahui-4-Metode-Mengukur-Kepuasan-Pelanggan/](https://www.jurnal.id/id/blog/2018-Ketahui-4-Metode-Mengukur-Kepuasan-Pelanggan/)
- Veronika. (2016). Pengaruh Iklan Dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Konsumen Dengan *Brand Image* Sebagai Variabel Mediasi. 21-24.
- Vista, M. (2018). Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen. 9-14.
- Wardani, T. U. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Bisnis Jasa Transportasi Gojek. 38-40.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Zahra, A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek *Online* (Studi Pada Pelanggan Gojek Di Kota Yogyakarta). 76-79.

Zainuddin, D. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Motor Matik. *Sosio E-Kons Volume 10, No. 3*, 221-222.





**PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI**

