



## Membangun loyalitas melalui kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan dengan kepuasan pelanggan sebagai mediasi

Bardani Bias Cahyadi<sup>1</sup>, Muchsin Saggaf Shihab<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Bakrie Jakarta

<sup>1</sup>[Ardbardani95@gmail.com](mailto:Ardbardani95@gmail.com), <sup>2</sup>[muchsin.shihab@bakrie.ac.id](mailto:muchsin.shihab@bakrie.ac.id)

### Article Info

#### Sejarah artikel:

Diterima 7 Maret 2022

Disetujui 10 Maret 2022

Diterbitkan 15 Maret 2022

### Kata Kunci:

HRIS app, Pengguna Aplikasi, GreatDay HR, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan

### Keyword:

HRIS app, GraetDay HR application users, Customer Loyalty, Customer Satisfaction

### ABSTRAK

Tesis ini adalah hasil penelitian kuantitatif yang mana bertujuan untuk melakukan analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pengguna GreatDay HR untuk meningkatkan Loyalitas Pelanggan. Data penelitian dihimpun melalui penyebaran kuesioner sebagai data primer dan data sekunder berdasarkan hasil studi literatur penelitian terdahulu. Selanjutnya dianalisis dengan analisis deskriptif kuantitatif, melalui studi korelasional untuk menganalisis hubungan kausalitas antara variabel penelitian sesuai dengan hipotesis yang disusun. Pada Uji t hasilnya menyatakan ada dampak secara positif dan signifikan antara kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Selanjutnya, hasil penelitian menyatakan ada dampak secara positif dan signifikan antara kualitas sistem dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil Uji t variabel yang paling berdampak terhadap kepuasan pelanggan adalah kualitas sistem dengan besar pengaruh 37%. Pada Uji *Path Analysis* hasilnya menyatakan bahwa kualitas informasi dan kualitas layanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan secara langsung terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan kualitas sistem berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap loyalitas pelanggan. Sejalan dengan kesimpulan di atas, maka disarankan perusahaan GreatDay HR maupun perusahaan penyedia jasa aplikasi serupa lainnya hendaknya melakukan peningkatan kepuasan pelanggan agar terciptanya loyalitas pelanggan dengan melakukan pengembangan pada kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan.

### ABSTRACT

*This thesis is the result of quantitative research which aims to analyze the factors that influence customer satisfaction of GreatDay HR users to increase Customer Loyalty. Research data was collected through the distribution of questionnaires as primary data and secondary data based on the results of previous research literature studies. Furthermore, it is analyzed by quantitative descriptive analysis, through correlational studies to analyze the causality relationship between research variables in accordance with the compiled hypothesis. In the t-test the results state that there is a positive and significant impact between system quality, information quality, and service quality on customer satisfaction. Furthermore, the results of the study stated that there was a positive and significant impact between system quality and customer satisfaction on customer loyalty. The result of the t-test of the variable that has the most impact on customer satisfaction is the quality of the system with a large effect of 37%. In the Path Analysis Test, the results stated that the quality of information and service quality had a direct negative and insignificant effect on customer loyalty, while the quality of the system had a direct positive and significant effect on customer loyalty. In line with the conclusions above, it is recommended that GreatDay HR companies and other similar application service providers should improve customer satisfaction in order to create customer loyalty by developing system quality, information quality, and service quality.*



## PENDAHULUAN

Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas sebuah produk dan jasa. Loyalitas pelanggan dalam sebuah perusahaan berperan penting terhadap kinerja keuangan dan kelangsungan hidup perusahaan yang harus dipertahankan. Hal ini menjadi alasan utama bagi sebuah perusahaan untuk menciptakan loyalitas agar dapat menarik dan mempertahankan pelanggan (Kusumaningtyas & Mujiasih, 2017). Pemahaman loyalitas pelanggan dapat dilihat dengan baik dengan asumsi kita dapat membedakan unsur-unsur yang dapat mempengaruhi dedikasi klien dalam setting yang diteliti, dan dalam hal ini konsentrasi pada setting yang diteliti adalah aplikasinya. Faktor-faktor yang dapat meramalkan loyalitas pelanggan salah satunya yaitu kepuasan pelanggan. Berbagai penelitian membuktikan adanya pengaruh antara variabel-variabel kualitas produk, kepuasan, dengan loyalitas pelanggan. Kualitas produk akan menghasilkan kepuasan, lalu kepuasan akan berpengaruh secara signifikan pada loyalitas (Masitoh et al., 2019). Loyalitas yang dipengaruhi kepuasan pelanggan dapat menjadi senjata ampuh dalam hal meningkatkan penjualan serta profit bagi perusahaan, terutama dalam bidang penyedia jasa aplikasi. Pelanggan yang akan berpindah penggunaan aplikasinya dapat mengurangi penjualan serta profit bagi perusahaan. Salah satu contoh adalah aplikasi GreatDay HR yang harus selalu meningkatkan kepuasan pelanggannya agar terciptanya loyalitas dan meningkatkan profit bagi perusahaan.

GreatDay HR merupakan salah satu sistem informasi untuk keperluan manajemen sumber daya manusia dalam sebuah perusahaan. Setiap perusahaan biasanya memiliki suatu bidang atau divisi yang menangani banyak hal yang berkaitan dengan personil perusahaan. Pemanfaatan Sistem Informasi Sumber Daya Manusia (*Human Resource Information System*) mampu meningkatkan kinerja dan daya saing bisnis ketika kebutuhan akan informasi yang cepat tepat dan ketersediaan data untuk proses pengambilan keputusan dibutuhkan (Lasmaya, 2016). Senada dengan itu (Machmud & Sidharta, 2016) menyatakan sumber daya di dalam organisasi perlu dioptimalkan agar organisasi usaha dapat meningkatkan daya saingnya. Dengan berbasis aplikasi pada smartphone, GreatDay HR memiliki beberapa fitur utama yaitu absensi secara real time, pengajuan cuti dan lembur, informasi perusahaan dan karyawan, serta perhitungan penggajian. Pengguna dapat mengirimkan ulasan dan peringkat untuk aplikasi dan konten digital yang didistribusikan melalui *Google Play Store*, yang ditampilkan secara publik. Peringkat didasarkan pada skala 5 poin (wikipedia.com). Ulasan adalah hal yang penting dalam mendukung kesuksesan pengembangan perangkat lunak. Hal tersebut dapat menunjukkan bahwa hasil ulasan dalam aplikasi *Google Play Store* dapat menjadi landasan atas penilaian kepuasan pelanggan dalam penggunaan aplikasi.

Berdasarkan ulasan pengguna aplikasi GreatDay HR di *App Store* maupun di *Play Store*, banyak sekali pengguna yang mengeluhkan aplikasi sering mengalami error, tidak bisa login, aplikasi lambat, kurang responsif, informasi yang disajikan tidak sesuai. Dengan demikian, tidak sedikit pengguna yang tidak merasa puas dengan aplikasi GreatDay HR sehingga banyak konsumen tidak berlangganan kembali dengan aplikasi GreatDay HR. Dengan respon dari keluhan tersebut, penulis mencoba untuk menghubungkannya dengan faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, faktor-faktor tersebut diantaranya adalah kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan. Dapat dilihat pada Gambar 1 bahwa ulasan pengguna aplikasi tersebut mewakili masing- masing faktor :

Ulasan Pelanggan	Kualitas Sistem	Kualitas Informasi	Kualitas Layanan	Persentase
Aplikasi sering Error	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	28%
Banyak merugikan karyawan karena pemotongan gaji	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	11%
After Sales service yang buruk	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	8%
			Total	<b>47%</b>

**Gambar 1** Persentase ulasan negatif di google *play store*

Berdasarkan pemaparan diatas, penulis tertarik untuk meneliti pengaruh kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan terhadap Kepuasan pelanggan dan Loyalitas Pelanggan pada aplikasi GreatDay HR. Sebanyak 47% ulasan buruk mengenai aplikasi tersebut mengakibatkan total ulasan yang dijadikan rating menjadi 3.9 dari 5. Hal tersebut mengindikasikan bahwa masih terdapat pelanggan yang belum merasa puas dengan aplikasi tersebut dan dikhawatirkan tidak terciptanya loyalitas akan aplikasi tersebut. Dengan meneliti terkait kepuasan pelanggan yang akan meningkatkan

loyalitas pelanggan akan membantu perusahaan penyedia jasa aplikasi terutama aplikasi HRIS untuk memaksimalkan penjualan dan profit. Jika melihat pada gambar 1 hasil review aplikasi pada *Google Play Store* GreatDay menempati posisi terendah dibandingkan dengan aplikasi serupa lainnya. Angka pengguna pun semakin bertambah dan dapat menyamai angka penggunaan GreatDay HR. Oleh sebab itu, GreatDay HR perlu loyalitas para pelanggannya untuk dapat memiliki rating yang bukan terendah dan dapat bersaing dengan aplikasi serupa lainnya yang semakin memiliki kemajuan. Penelitian terdahulu yang meneliti tentang kualitas sistem terhadap kepuasan pelanggan dilakukan oleh (Amarin & Wijaksana, 2021) menunjukkan bahwa kualitas sistem berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan hasil penelitian dari Ginting dan Nugraha (2019), menunjukkan bahwa kualitas sistem tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian terdahulu yang meneliti tentang kualitas informasi terhadap kepuasan pelanggan dilakukan oleh Ginting dan Nugraha (2019), menunjukkan bahwa kualitas informasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan hasil penelitian Luthfi (2019) menyatakan bahwa kualitas informasi tidak berlaku signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Menurut penelitian Brata *et al.* (2018) hasil penelitian tersebut menyatakan variabel kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan, pada hasil penelitian Hidayatullah *et al.*, (2020), kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan penggunaan tetapi tidak signifikan.

Menurut penelitian Wijayanto (2015) kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan menurut Shanin *et al.*, (2011) kepuasan pelanggan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan semakin tinggi rasa kepuasan pada pelanggan belum tentu terciptanya loyalitas antara pelanggan dengan perusahaan merek.

Berdasarkan paparan penelitian terdahulu diatas, penulis tertarik untuk mengambil variabel kualitas sistem, kualitas informasi dan kualitas pelayanan sebagai pertimbangan variabel untuk kepuasan pelanggan. Dimana kepuasan pelanggan tersebut menjadi dampak untuk loyalitas pelanggan.

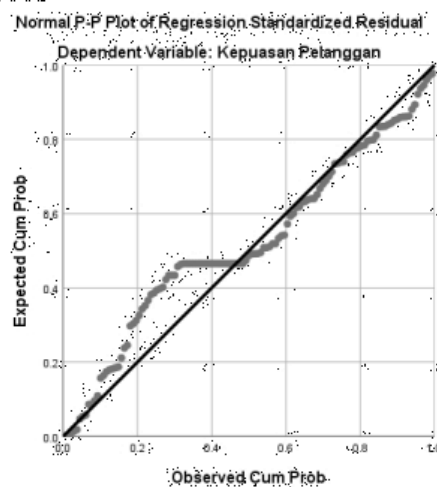
## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan jenis penelitian deskriptif kuantitatif, melalui analisis hubungan kausalitas antara variabel penelitian sesuai dengan hipotesis yang disusun dengan studi korelasional. Penelitian ini berkenaan dengan hubungan antara berbagai variabel, menguji hipotesis, dan mengembangkan generalisasi, prinsip atau teori-teori yang memiliki validitas. Instrumen yang akan dibahas terdiri dari 3 (tiga) variabel bebas (independent variable), yaitu kualitas sistem sebagai variabel bebas pertama (X1), kualitas informasi sebagai variabel bebas kedua (X2), kualitas layanan sebagai variabel bebas ketiga (X3), sedangkan variabel terikat (dependent variable) adalah kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat (Y1) dan loyalitas pelanggan sebagai variabel terikat (Y2).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

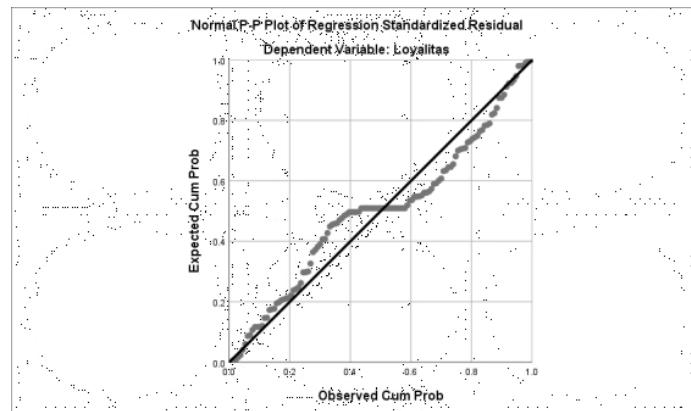
### Hasil Uji Asumsi Klasik

Dapat dilihat hasil uji normalitas model 1 pada Gambar 2 berikut ini.



Gambar 2 Hasil uji normalitas model 1 dengan grafik normal P-Plot

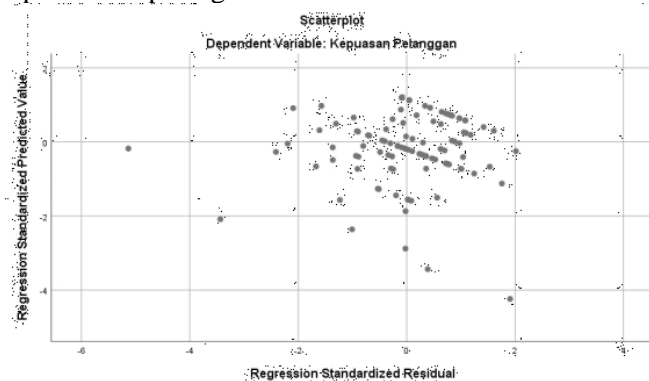
Melihat Gambar 2 hasil uji normalitas pada regresi model 1 menghasilkan penelitian yang sudah berdistribusi secara normal. Hal ini karena terdapat titik-titik yang berada dekat pada garis normal.



**Gambar 3** Hasil uji normalitas model 2 dengan grafik normal P-Plot

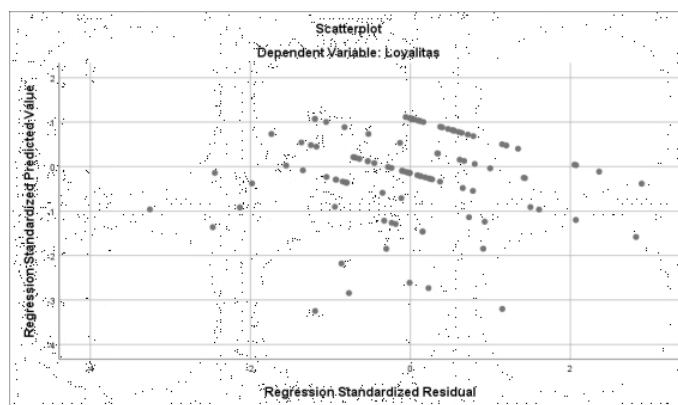
Melihat Gambar 3 hasil uji normalitas pada regresi model 1 menghasilkan penelitian yang sudah berdistribusi secara normal. Hal ini karena terdapat titik-titik yang berada dekat pada garis normal.

Heteroskedastisitas menunjukkan bahwa varians dari setiap error bersifat heterogen yang berarti melanggar asumsi klasik yang mensyaratkan bahwa varians dari error harus bersifat homogen. Scatter plot digunakan untuk mendeteksi ada atau tidak heteroskedastisitas. Jika scatter plot membentuk pola, dapat dinyatakan data tersebut mengandung heteroskedastisitas. Hasil uji Heteroskedastisitas pada penelitian model 1 ini dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



**Gambar 4** Hasil uji heteroskedastisitas model 1 dengan grafik scater plot

Dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak, baik di bagian atas angka nol atau di bagian bawah angka nol dari sumbu vertical atau sumbu Y. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi ini.



**Gambar 5 Hasil uji heteroskedastisitas model 2 dengan grafik scatterplot**

Dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak, baik di bagian atas angka nol atau di bagian bawah angka nol dari sumbu vertical atau sumbu Y. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi ini.

### Hasil Uji Hipotesis

1. Hasil uji analisis jalur model 1

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan, baik secara parsial maupun individu maka dapat dilakukan dengan menggunakan uji-t dan untuk diketahui pengaruh simultan atau bersama menggunakan uji-F, dengan melihat nilai signifikansi penelitian dan kemudian dibandingkan dengan nilai Alpha yaitu sebesar 0,05. Sedangkan untuk mengetahui besarnya nilai pengaruh dapat dilihat pada nilai koefisien.

Hasil dari pengujian secara terpisah dan bersama-sama atas variabel independen terlihat pada independen terlihat pada tabel 1 di bawah ini :

**Tabel 1 Hasil uji T analisis jalur model 1**

Jenis Uji	Variabel Bebas	Nilai		
		Koefisien	Signifikansi	Keterangan
Uji-t	Kualitas Sistem (X1)	0,37	0.000	Signifikan
	Kualitas Informasi (X2)	0,28	0.000	Signifikan
	Kualitas Layanan (X3)	0,30	0.000	Signifikan
Uji-F	Kualitas Sistem (X1)			
	Kualitas Informasi (X2)	0,786	0.000	Signifikan
	Kualitas Layanan (X3)			

Sumber: Data diolah, (2021)

Dilihat pada Tabel 1 Uji-t memperlihatkan pengaruh variabel kualitas sistem terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,37 dengan signifikansi 0,00, pengaruh variabel kualitas informasi terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,28 dengan signifikansi sebesar 0,000, pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,30 dengan signifikansi sebesar 0,000. Hasil tersebut menunjukkan semua variabel bebas menghasilkan nilai Alpha kurang dari 0,05 sehingga memiliki pengaruh yang signifikan, dengan hubungan yang searah.

Hasil Uji-F memperlihatkan pengaruh kualitas informasi, kualitas sistem, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan diambil dari nilai koefisien/ R square sebesar 0,786 dan dengan signifikansi 0,000, nilai Alpha kurang dari 0,05 sehingga memiliki pengaruh yang signifikan dengan hubungan searah. Dapat dilihat bahwa Variabilitas kepuasan pelanggan yang dapat diterangkan menggunakan variabel kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan dan kepuasan pelanggan sebesar 78,6% sedangkan pengaruh sebesar 21,4% disebabkan oleh variabel-variabel lain.

Dilihat pada hasil uji regresi jalur model 1, persamaannya bisa ditetapkan sebagai berikut:

$$Y1 = 0,37 (X1) + 0,28 (X2) + 0,30 (X3)$$

## 2. Koefisien Determinasi Jalur Model 1

Berdasarkan jalur model 1 dapat dilihat hasil perhitungan Koefisien Determinasi dalam model summary pada Tabel 2 di bawah ini.

**Tabel 2 Hasil Analisis Koefisien Determinasi Jalur Model 1 Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.886 <sup>a</sup>	.786	.780	.39196

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Kualitas Sistem, Kualitas Informasi

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: data diolah, (2021)

Dilihat pada Tabel 2 nilai R (korelasi) adalah 0,886 yang mengindikasikan hubungan korelasi yang kuat antara variabel independen (kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan) dengan variabel dependen (kepuasan pelanggan). Besarnya nilai R Square adalah 0,786, menunjukkan bahwa variabel kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan dan kepuasan pelanggan dapat menentukan 78,6% terhadap kepuasan pelanggan dan 21,4% dijelaskan oleh sebab-sebab lain yang tidak ada dalam penelitian

## 3. Hasil Uji Analisis Jalur Model 2

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan, baik secara parsial maupun individu maka dapat dilakukan dengan menggunakan uji-t dan untuk diketahui pengaruh simultan atau bersama menggunakan uji-F, dengan melihat nilai signifikansi penelitian dan kemudian dibandingkan dengan nilai Alpha yaitu sebesar 0,05. Sedangkan untuk mengetahui besarnya nilai pengaruh dapat dilihat pada nilai koefisien.

Hasil dari pengujian secara terpisah dan bersama-sama atas variabel independen terlihat pada Tabel 3 di bawah ini.

**Tabel 3 Hasil Uji T Analisis Jalur Model 2**

Jenis Uji	Variabel Bebas	Nilai		Keterangan
		Koefisien	Signifikansi	
Uji-t	Kualitas Sistem (X1)	0,25	0,00	Signifikan
	Kualitas Informasi (X2)	-0,06	0,53	Tidak Signifikan
	Kualitas Layanan (X3)	-0,03	0,73	Tidak Signifikan
	Kepuasan Pelanggan (Y1)	0,74	0,00	Signifikan
Uji-F	Kualitas Sistem (X1)			
	Kualitas Informasi (X2)	0,80	0,00	Signifikan
	Kualitas Layanan (X3)			

Berdasarkan Tabel 3 pada Uji-t terlihat pengaruh variabel kualitas sistem terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,25 dengan signifikansi 0,00, pengaruh variabel kualitas informasi terhadap loyalitas pelanggan sebesar -0,06 dengan signifikansi sebesar 0,53, pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan sebesar -0,03 dengan signifikansi sebesar 0,73, pengaruh variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,74 dengan signifikansi sebesar 0,00. Data tersebut menunjukkan variabel bebas kualitas sistem dan kepuasan pelanggan memiliki nilai Alpha kurang dari 0,05 yang berarti memiliki pengaruh yang signifikan, dengan hubungan yang searah. Sedangkan variabel bebas kualitas informasi dan kualitas layanan memiliki nilai Alpha lebih dari 0,05 yang berarti tidak memiliki pengaruh signifikan.

Pada Uji-F terlihat pengaruh kualitas informasi, kualitas sistem, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan diambil dari nilai koefisien/ R square sebesar 0,80 dan dengan signifikansi 0,000, nilai Alpha kurang dari 0,05 yang berarti memiliki pengaruh yang signifikan dengan hubungan searah. Dengan kata lain variabilitas kepuasan pelanggan yang dapat diterangkan menggunakan variabel kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan sebesar 80% sedangkan pengaruh sebesar 20% disebabkan oleh variabel-variabel lain di luar model ini. Berdasarkan hasil uji regresi jalur model 2, persamaannya bisa ditetapkan sebagai berikut:

$$Y_2 = 0,25 (X_1) - 0,06 (X_2) - 0,03 (X_3) + 0,74 (Y_1)$$

#### 4. Koefisien Determinasi Jalur Model 2

Berdasarkan jalur model 1 dapat dilihat hasil perhitungan Koefisien Determinasi dalam model summary pada Tabel 4 di bawah ini.

**Tabel 4 Hasil Uji R-Square Model 2**

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.894 a	.800	.793	.41174

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Kualitas Layanan, Kualitas Sistem, Kualitas Informasi

b. Dependent Variable: Loyalitas

Sumber: data diolah ,(2021)

Dilihat pada Tabel 4 nilai R (korelasi) adalah 0,894 yang mengindikasikan hubungan korelasi yang kuat antara variabel independen (kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan) dengan variabel dependen (loyalitas pelanggan). Besarnya nilai R Square adalah 0,80, menunjukkan bahwa variabel kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan dan kepuasan pelanggan dapat menentukan 80% terhadap kepuasan pelanggan dan 20% dijelaskan oleh sebab-sebab lain yang tidak ada dalam penelitian.

5. Hasil Analisis Jalur Model 1 dan Model 2

Dapat dilihat pada Tabel 6 yang merupakan rangkuman hasil perhitungan pengaruh pada analisis jalur model 1 dan jalur model 2

**Tabel 6 Pengaruh langsung, tidak langsung dan pengaruh total**

Jalur Model	Hipotesis	Pengaruh Variabel	Pengaruh		Total
			Langsung	Tidak Langsung melalui Y1	
1	H1	X1 → Y1	0,37		0,37
	H2	X2 → Y1	0,28		0,28
	H3	X3 → Y1	0,3		0,3
2	H4	Y1 → Y2	0,74		0,74
	H5	X1 → Y2	0,25	0,27	0,52
	H6	X2 → Y2	-0,06	-0,04	-0,1
	H7	X3 → Y2	-0,03	-0,02	-0,05

Sumber : Data diolah, (2021)

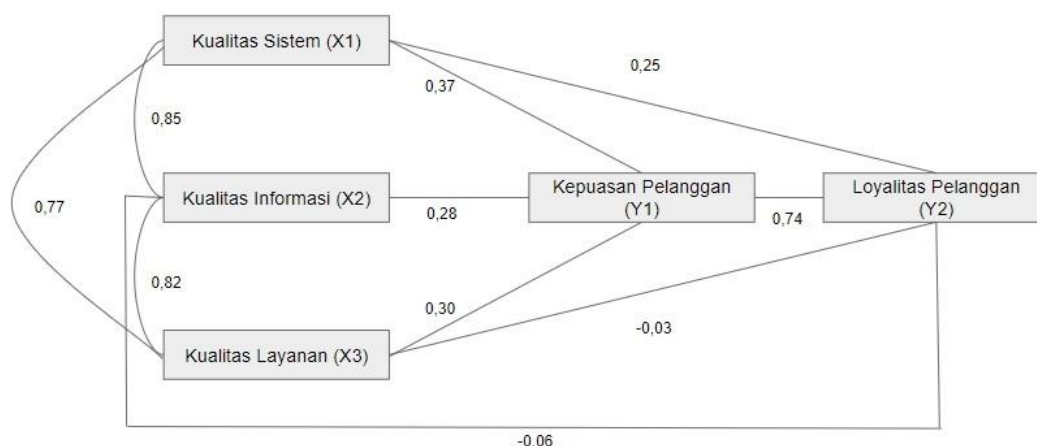
Dilihat pada Tabel 6 pengaruh kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan dengan parsial dan langsung terhadap kepuasan pelanggan adalah positif dan signifikan dengan nilai sebesar 0,37, 0,28, dan 0,30. Variabel kualitas sistem merupakan variabel dengan nilai yang paling besar diantara variabel lainnya.

Berdasarkan hasil tersebut diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara loyalitas pelanggan dan kualitas 0,74 dan 0,25. Sedangkan diketahui bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara kualitas informasi dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan, hal tersebut menunjukkan kualitas informasi dan kualitas layanan secara individual tidak efektif untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan hasil tersebut diketahui bahwa hubungan kualitas sistem secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan memiliki nilai yang cukup besar yaitu 0,27. Oleh sebab itu, kepuasan pelanggan berhasil menjadi variabel mediasi terhadap loyalitas pelanggan.

6. Kausal Empiris antar Jalur Model 1 dan Model 2

Hasil yang didapatkan dari Uji-t, Uji-F, Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi (R) pada Analisis Jalur Model 1 dan Analisis Jalur Model 2 dapat dilihat pada Gambar 6 di bawah ini.



**Gambar 6 Kausal Empiris Antar Jalur Model 1 dan Model 2**

Sumber: Data diolah ,(2021)



## Pembahasan Hasil Penelitian

Analisis pertama menunjukkan bahwa kualitas sistem berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal tersebut sesuai dengan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh (Amarin & Wijaksana, 2021), Ginting dan Nugraha (2019), dan Chandra (2018), di mana faktor kualitas sistem secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas sistem menjadi pendorong konsumen untuk mencapai kepuasan pelanggan. Dijelaskan oleh Saputro *et al.*, (2016) kualitas sistem adalah performa dari sistem yang merujuk pada seberapa baik kemampuan perangkat keras, perangkat lunak, kebijakan, prosedur dari sistem informasi dapat menyediakan informasi kebutuhan pengguna, sehingga variabel kualitas sistem ini merupakan hal penting yang harus selalu dikembangkan. Dalam GreatDay HR sendiri berdasarkan analisa deskriptif kualitas sistem memiliki nilai rata-rata yang cukup baik yaitu 4,17 karena memang dari segi sistem aplikasi ini sudah berpengalaman 20 tahun pengembangan dan memiliki kemampuan perangkat lunak maupun perangkat keras yang baik. Nilai tersebut harus dipertahankan dan ditingkatkan terus menerus untuk dapat mencapai kepuasan pelanggan. Dihubungkan dengan dimensi *Reliability* (daya tahan penggunaan sistem), *Flexibility* (penggunaan dalam berbagai macam perangkat), *Integration* (kesanggupan untuk menggabungkan data dari sumber lain), *Easy of Use* (kemudahan dalam penggunaan). Dari hasil penelitian, dimensi *Reliability* memiliki korelasi tertinggi dengan kepuasan pelanggan, dengan demikian GreatDay HR harus memperhatikan dimensi ini dalam pengembangan kualitas sistem. *Reliability* yang dimiliki aplikasi ini dapat dibidang masih tergolong kurang baik. Berdasarkan analisa deskriptif pada indikator untuk dimensi *Reliability* mendapatkan nilai sebesar 3,99 yang merupakan nilai terendah diantara indikator lainnya. Jika ingin meningkatkan kualitas sistem, perlu adanya perbaikan dan peningkatan dari segi *Reliability*.

Analisis kedua menunjukkan bahwa kualitas informasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Ginting dan Nugraha (2019), Laumer dan Weitzel (2017) dimana kualitas informasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti bahwa pengguna aplikasi GreatDay HR mengharapkan kualitas informasi yang baik. Menurut Tulodo dan Solichin (2019) Kualitas informasi biasanya digunakan untuk mengukur kepuasan pengguna dimana memberikan nilai tambah bagi pemakainya. Kualitas sistem yang dimiliki sistem ini jika kita melihat nilai berdasarkan analisa deskriptif mendapatkan nilai rata-rata 4,16 yang tergolong cukup baik. GreatDay HR yang memang dibawah naungan DataOn Corporation yang menjual produk sistem informasi solusi pengelolaan karyawan memiliki gambaran jelas akan informasi apa yang dibutuhkan oleh para penggunanya. Hanya saja apakah dalam penyampaian informasi tersebut sudah sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pengguna. Dihubungkan dengan dimensi Akurat, Tepat Waktu, dan Relevan. Dari hasil penelitian, dimensi Relevan memiliki korelasi paling tinggi terhadap kepuasan pelanggan, dengan demikian GreatDay HR harus mempertahankan untuk menghasilkan informasi data yang diolah melalui sistem aplikasi secara relevan agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Faktanya dalam segi relevan ini sering terjadi salah paham antara si aplikasi dengan pengguna. Pengguna merasa informasi ini tidak sesuai karena terjadi kesalahan saat mereka mengakses informasi yang mereka inginkan. Perlu adanya perbaikan dalam kasus ini, karena untuk memperbaiki kualitas informasi harus diperhatikan relevan dari informasi tersebut agar dapat terciptanya kepuasan pelanggan.

Analisis ketiga menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Brata *et al.*, (2018), McNeil dan Young (2019), (Amarin & Wijaksana, 2021), dan Ginting dan Nugraha (2019) dimana kualitas layanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti menganggap bahwa penggunaan GreatDay HR mengharapkan kualitas layanan yang baik. Menurut Tjiptono dan Chandra (2011:115) Kualitas pelayanan memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Pada produk jasa aplikasi kepercayaan pada perusahaan yang terjalin dapat dinyatakan ada rasa puas terhadap produk tersebut. Aplikasi merupakan suatu produk inovasi dan tidak semua orang atau pengguna memahami sepenuhnya tentang proses berjalannya aplikasi tersebut. Perlu bantuan dari layanan perusahaan dari aplikasi tersebut untuk dapat memandu serta memberikan pengertian bagaimana cara bekerja aplikasi. Apalagi aplikasi GreatDay HR digunakan oleh berbagai

macam kalangan dengan latar belakang yang berbeda- beda. Dihubungkan dengan dimensi *Service Reliability* (tim *support* dapat diandalkan dalam penyelesaian masalah), *Responsiveness* (tanggapan yang cepat dari tim *costumer service*), *Assurance* (tim *service* memiliki sikap sopan dalam menanggapi complain), dan *Empathy* (inisiatif dalam menanyakan kendala lebih dahulu terhadap pengguna), dimensi *Service Reliability* memiliki korelasi paling tinggi terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian, GreatDay HR perlu memperhatikan pelayanan terhadap pengguna aplikasi. Untuk melakukan perbaikan pada kualitas layanan *service reliability* perlu dikembangkan. Tim *support* dan *costumer service* harus dapat diandalkan dalam penyelesaian masalah jika mendapat complain dari pengguna. Sejauh ini Tim *Support* dan *Costumer Service* sudah menjawab semua pertanyaan yang diajukan oleh pengguna, tetapi perlu dipastikan apakah jawaban tersebut benar-benar sebuah solusi atau hanya jawaban belaka.

Pada sub struktur model 2, dapat diketahui hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening* terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Wijayanto (2015), Shanin *et al.*, dan Norhermaya dan Soesanto (2016), dimana kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan menjadi faktor penentu loyalitas pelanggan. Menurut Saghier and Nathan (2019) memiliki keterkaitan dengan kepuasan pelanggan. Hal tersebut menunjukkan bahwa loyalitas tidak hanya ditentukan oleh keputusan pelanggan semata namun juga usaha-usaha dari pelaku bisnis yang dapat membuat pelanggan menjadi loyal. Perusahaan penyedia jasa aplikasi tidak dapat menyimpulkan bahwa produk mereka inovatif dan loyalitas tersebut tercipta karena keputusan para pelanggan. Kepuasan Pelanggan harus diciptakan dari sebuah usaha karena sebuah produk aplikasi yang terbelang masih awam di pasaran tidak akan menjadi sebuah produk inovatif serta dibutuhkan oleh pengguna jika perusahaan tersebut tidak bisa meyakinkan para penggunanya bahwa mereka akan terpuaskan dengan aplikasi ini berdasarkan harapan mereka. Dimensi yang memiliki korelasi paling tinggi adalah *Satisfaction Toward Quality*, artinya jika GreatDay HR menginginkan konsumen mereka menjadi loyal dan berharap konsumen membeli kembali, harus memperhatikan kepuasan pelanggan yang diberikan. Usaha tersebut dapat diciptakan dengan membuat kepuasan terhadap kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan.

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kualitas sistem berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Amarin & Wijaksana, 2021), Ginting dan Nugraha (2019), dan Puriwat dan Tripopsakul (2017) bahwa variabel kualitas sistem berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dapat diartikan bahwa tercipta loyalitas pelanggan GreatDay HR berdasarkan kualitas sistem yang dimiliki. Jika kualitas sistem yang dimiliki baik, maka loyalitas pelanggan akan terbentuk. Kualitas sistem memang merupakan suatu faktor penting dalam penyedia jasa aplikasi untuk dapat menciptakan loyalitas pelanggan. Pengguna akan loyal terhadap aplikasi tersebut jika kualitas sistem yang dimiliki sesuai dengan harapannya. Begitu pun dengan kepuasan pelanggan akan tercipta karena kualitas sistem yang dimiliki sesuai dengan harapan. Variabel kualitas sistem dapat dinyatakan dapat memberikan pengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan tanpa harus melalui kepuasan pelanggan. Jika kita lihat kualitas sistem memiliki nilai pengaruh paling besar terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas dibandingkan kualitas informasi dan kualitas layanan. Sebagai produk aplikasi yang memiliki banyak pesaing dan mudah ditiru mengembangkan kualitas sistem secara terus-menerus merupakan hal yang wajib dilakukan untuk dapat bersaing serta menciptakan loyalitas pelanggan untuk kelangsungan bisnis.

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kualitas informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, hal ini sesuai dengan pendapat dalam penelitian yang dilakukan oleh Luthfi (2019) bahwa kualitas informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas informasi yang dimiliki sebuah aplikasi tidak menjadi pemicu untuk terbentuknya loyalitas pelanggan. Kualitas informasi yang dihasilkan GreatDay HR memang secara umum sama dengan informasi yang diberikan oleh aplikasi *Human Resource Information System* lainnya, sehingga kualitas informasi tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan bagi pengguna GreatDay HR. Kualitas informasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sehingga untuk memberikan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan perlu melalui kepuasan pelanggan terlebih dahulu, sehingga kualitas informasi ini tetap harus diperhatikan dan dikembangkan karena menurut Laumer *et al.*, (2017) dalam konteks

pemenuhan kebutuhan tugas atau pekerjaan yang dihadapi kualitas informasi juga menjadi persyaratan yang harus dipertimbangkan. Kualitas informasi tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan karena faktor ini bukan menjadi yang utama dalam hal membuat pengguna menjadi loyal dan untuk kepuasan pelanggan pun tidak memiliki nilai sebesar kualitas sistem.

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hidayatullah *et al.*, (2020), bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Setiap penyedia jasa aplikasi pasti memiliki *support* dan *service* terkait jika ada kendala dalam penggunaan aplikasinya. Hal tersebut sudah menjadi umum dan GreatDay HR juga menerapkan hal tersebut, sehingga kualitas layanan tidak menjadi pengaruh terhadap terbentuknya loyalitas pelanggan. Pelayanan akan diberikan bagi setiap penyedia jasa aplikasi bahkan perusahaan pun sudah memiliki standar masing-masing. Hal tersebut bukan merupakan suatu yang mencolok dan menjadi pemicu pelanggan menjadi loyal. Layanan terpenuhi harapannya tetapi jika dilihat dari loyalitas dengan dimensi *retention* yaitu keterikatan aplikasi dengan pengguna bukan berdasarkan harapan akan layanan tetapi dari kualitas sistem itu sendiri. Kualitas layanan tetap harus diperhatikan dan ditingkatkan karena berpengaruh tidak langsung melalui kepuasan pelanggan. Kualitas layanan dapat menjadi sebuah usaha dari sebuah perusahaan untuk menciptakan kepuasan karena dengan layanan yang baik dapat mengerti kebutuhan pelanggan untuk meningkatkan kualitas sistem yang akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas. Menurut Tjiptono dan Chandra (2011:115) kualitas pelayanan memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diartikan bahwa pemilihan variabel kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening* sudah tepat, hal ini dapat dibuktikan dengan adanya kontribusi pengaruh total variabel-variabel independen dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Kontribusi cukup besar terlihat dari pengaruh tidak langsung variabel kualitas sistem terhadap loyalitas pelanggan. Jika tidak ada variabel kepuasan pelanggan, kualitas informasi dan kualitas layanan tidak dapat berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan.

Variabel kualitas sistem berpengaruh paling kuat dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan variabel kualitas sistem sendiri memiliki korelasi yang paling kuat dengan kualitas informasi dan kepuasan pelanggan. Variabel kepuasan pelanggan berpengaruh paling kuat terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan kepuasan pelanggan juga memiliki korelasi yang paling kuat dengan loyalitas pelanggan. Jika GreatDay HR ingin meningkatkan penjualan dan meningkatkan loyalitas pelanggan, direkomendasikan untuk memperhatikan kepuasan pelanggan dengan meningkatkan kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan secara paralel, tidak bisa maksimal jika hanya memperhatikan satu sisi variabel.

Pada hasil analisis deskriptif diketahui bahwa berdasarkan hasil sebaran jawaban responden masing-masing variabel memiliki nilai rata-rata dan nilai tertinggi serta terendah bagi masing masing dimensi yang diwakili oleh pernyataan pada kuesioner.

Hasil analisis menunjukan bahwa variabel kualitas sistem diketahui secara umum kualitas sistem dari GreatDay sudah cukup baik dengan skor rata-rata 4,17. Skor tertinggi terdapat pada item pernyataan GreatDay HR mudah digunakan di berbagai macam perangkat (seperti PC, Laptop, Smartphone) dengan skor 4,32. Sedangkan skor terendah terdapat pada item pernyataan GreatDay HR dapat tetap digunakan meskipun saat ada gangguan jaringan internet dengan skor 3,99. Hal ini mengindikasikan bahwa aplikasi GreatDay HR memiliki fleksibilitas dalam penggunaan di berbagai macam perangkat, tetapi rentan terhadap gangguan jaringan internet. Meski secara umum skor rata-rata kualitas sistem sudah baik, tetapi perlu ada perbaikan dari segi *Reliability System* berdasarkan skor yang diterima untuk pernyataan GreatDay HR dapat tetap digunakan meskipun saat ada gangguan jaringan internet.

Hasil analisis menunjukan bahwa variabel kualitas informasi diketahui secara umum kualitas informasi dari GreatDay HR sudah cukup baik dengan skor rata-rata 4,16. Skor tertinggi terdapat pada item pernyataan ketepatan waktu GreatDay HR dalam penyajian data informasi yang diperlukan dengan skor 4,21. Sedangkan skor terendah terdapat pada item pernyataan akurasi GreatDay HR dalam penyajian data informasi yang diperlukan dengan skor 4,1. Hal ini mengindikasikan bahwa GreatDay

HR memiliki ketepatan waktu dalam proses data yang baik untuk menyajikan informasi yang dibutuhkan tetapi akurasi dalam penyajian data tersebut kurang baik. Perlu adanya perbaikan dari segi dimensi akurasi untuk dapat menyajikan kualitas informasi sesuai yang diharapkan oleh para pengguna.

Hasil analisis menunjukan bahwa variabel kualitas layanan diketahui secara umum kualitas layanan dari GreatDay HR sudah cukup baik dengan skor rata-rata 4,05. Skor tertinggi terdapat pada item pernyataan tim Support GreatDay HR bersikap sopan dalam menerima komplain pelanggan dengan skor 4,26. Sedangkan skor terendah terdapat pada item pernyataan *Customer Service* GreatDay HR menanyakan ke pelanggan terkait ada kendala atau tidak dengan skor 3,94. Hal ini mengindikasikan bahwa karyawan yang bekerja untuk menjadi tim support dalam penggunaan GreatDay HR memiliki sikap dan *attitude* yang baik tetapi kurang berempati terhadap pelanggan. Empati merupakan bagian dimensi dari kualitas layanan yang perlu diperbaiki, perbaikan tersebut dapat dilakukan dengan membuat penjadwalan dalam hal menanyakan kendala dalam penggunaan aplikasi agar pengguna merasakan bahwa GreatDay HR memberikan empati yang diharapkan.

Hasil analisis menunjukan bahwa variabel kepuasan pelanggan diketahui secara umum kepuasan pelanggan dari GreatDay HR sudah cukup baik dengan skor rata-rata 4,14. Skor tertinggi terdapat pada item pernyataan saya puas terhadap kualitas sistem dari GreatDay HR dengan skor 4,18. Sedangkan skor terendah terdapat pada item pernyataan saya puas terhadap kualitas informasi dari GreatDay HR dengan skor 4,11. Hal ini mengindikasikan bahwa pengguna aplikasi GreatDay HR merasa puas dengan kualitas sistem yang diberikan oleh GreatDay HR karena sistem yang diberikan sudah memenuhi kebutuhan pengguna aplikasi GreatDay HR. Perlu ada perbaikan dalam kualitas informasi yang disajikan oleh aplikasi.

Hasil analisis menunjukan bahwa variabel kepuasan pelanggan diketahui secara umum kepuasan pelanggan dari GreatDay HR sudah cukup baik dengan skor rata-rata 4,14. Skor tertinggi terdapat pada item pernyataan saya bersedia untuk merekomendasikan penggunaan GreatDay HR dengan skor 4,18. Sedangkan skor terendah terdapat pada item pernyataan saya bersedia untuk tetap menggunakan GreatDay HR meskipun terdapat banyak alternatif aplikasi serupa lainnya dengan skor 4,06. Hal ini mengindikasikan bahwa pengguna aplikasi GreatDay HR bersedia merekomendasikan GreatDay HR. GreatDay HR belum sampai di tahap dimana loyalitas pelanggan tinggi dengan indikasi para pengguna tidak bisa lepas dari penggunaan aplikasi tersebut atau bisa disebut *retention*.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan data, penulis memperoleh kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian bahwa variabel kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Artinya peningkatan kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Variabel kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan artinya peningkatan kepuasan pelanggan akan meningkatkan loyalitas pelanggan. Variabel kualitas sistem dan kualitas layanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan secara langsung terhadap loyalitas pelanggan, artinya peningkatan kualitas informasi dan kualitas layanan tidak akan mempengaruhi peningkatan loyalitas pelanggan. Sedangkan variabel kualitas sistem berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap loyalitas pelanggan, artinya peningkatan kualitas sistem akan meningkatkan loyalitas pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alam, C. P. (2019). *Analisis Kualitas Situs Web Quora Indonesia* (Doctoral dissertation, Universitas Airlangga).
- Amarin, S., & Wijaksana, T. I. (2021). Pengaruh kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(1), 37–52.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ginting, D. B., & Marlina, M. R. (2017). Analisis pengaruh kualitas sistem, kualitas layanan, kualitas informasi, kemudahan penggunaan, dan persepsi manfaat terhadap kepuasan pengguna fasilitas e-filing. *Media Informatika*, 16(1), 20-30.
- Ginting, D. B., & Nugraha, A. (2019). Analisis pengaruh citra merek, promosi, persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, kualitas sistem, dan kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna aplikasi sakuku BCA. *Media Informatika*, 18(1), 42-61.
- Ginting, D. B., & Nugraha, A. (2019). Analisis pengaruh kualitas sistem, kualitas layanan, kualitas informasi, kemudahan penggunaan, dan persepsi manfaat terhadap kepuasan pengguna fasilitas e-filing. *Media Informatika*, 16(1), 20- 30.
- Gujarati, D. N. (2005). *Dasar-dasar ekonometrika*. Erlangga.
- Hidayatullah, S., Rahmawati, I. K., & Aristanto, E. (2020). Peran sistem informasi pemasaran, kualitas pelayanan dan entrepreneurial marketing serta kepuasan terhadap loyalitas generasi milenial berkunjung ke tempat wisata. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, 14(1), 74-83.
- Hilmy, M. F., & Hidayat, R. (2018). Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. *e-Proceeding of Applied Science*, 4(3), 1163.
- Hitesh, G. (2011). *Management Information System : An Insight*. New Delhi : International book house pvt. Ltd.
- Irawan, H. (2003). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan* (Vol. 24). PT Elex Media Komputindo.
- Jonathan Sarwono dan Tutty Martadiredja. (2008). *Riset Bisnis*. C.V Andi Offset.
- Kompas.com: Berita Terkini Hari Ini, Kabar Akurat Terpercaya. Retrieved January 24, 2022, from <http://kompas.com>
- Kotler, P., & Kevin, K. L. (2016). *Marketing Management* (Global Edition ed., Vol.15). Pearson.
- Nasution, N. M. (2019). *Manajemen Jasa Terpadu*. Bogor : PT Ghalia Indonesia.
- Noerhermaya, Y. A., & Soesanto, H. (2016). analisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap kepercayaan dan loyalitas pelanggan untuk meningkatkan minat beli ulang. *Diponegoro journal of management*, 5(3), 1-13.
- Kusumaningtyas, A. R., & Mujiasih, E. (2017). Hubungan antara pengetahuan produk dengan intensi membeli smartphone pada aryan PT. "X." *Jurnal Empati*, 5(2), 413-416.
- Lasmaya, S. M. (2016). Pengaruh Sistem Informasi Sdm, Kompetensi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 10(1), 25-43.
- Laumer, S., Maier, C., & Weitzel, T. (2017). Information quality, user satisfaction, and the manifestation of workarounds: a qualitative and quantitative study of enterprise content management system users. *European journal of information system*, 26(4), 333-360.
- Machmud, S., & Sidharta, I. (2016). Entrepreneurial motivation and business performance of SMEs in the SUCI clothing center, Bandung, Indonesia. *DLSU Business & Economics Review*, 25(2), 63-78.
- Masitoh, M. R., Wibowo, H. A., & Ikhsan, K. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan kepercayaan merek terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna aplikasi mobile shopee. *Sains Manajemen*, 5(1).
- McNeil, P., & Young, C. A. (2019). Customer satisfaction in gourmet food trucks: Exploring attributes and their relationship with customer satisfaction. *Journal of Foodservice Business Research*, 22(4), 326-350.
- Puriwat, W., & Tripopsakul, S. (2017). The Impact of E-Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty in Mobile Banking Usage: Case Study of Thailand. *Polish Journal of Management Studies*, 183-193.

- Saghier, N. E., & Nathan, D. (2013, April). Service Quality Dimensions and Customers' Satisfactions of Banks in Egypt. *Proceedings of 20th International Business Research Conference*, 4-5.
- Saputro, H. P., Budiyo, D., & Santoso, J. (2016). Model delone and mclean untuk mengukur kesuksesan e-government kota Pekalongan. *Scientific Journal of Informatics*, 2(1), 1-8.
- Shanin, A., Abandi, A., & Javandi, M. H. M. (2011). Analyzing the relationship between customer satisfaction and loyalty in the software industry - with a case study in Isfahan System Group. *International Journal of Business and Social Science*, 2(23).
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Tulodo, B. A. R., & Solichin, A. (2019). Analisis pengaruh kualitas sistem, kualitas informasi dan perceived usefulness terhadap kepuasan pengguna aplikasi care dalam upaya peningkatan kinerja karyawan. *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 10(1), 25-43.
- Urbach, N., & Muller, B. (2011). The Update Delone And McLean Model Information System E-Commerce Success. *ReaserchGate*, 1.
- Wijayanto, K. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber D*, 17(1), 13-16.