

**PENGARUH KEMUDAHAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA
JASA GO-JEK DI BANDAR LAMPUNG**

Viola De Yusa

Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya
E-mail. violadeyusa@darmajaya.ac.id,

Ana Risqa JL

Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya
E-mail. anarisqajl@yahoo.com

Abstract

Go-Jek is a transportation company based on e-business applications. The presence of online application-based transport services that use the internet is very influential for the community in all activities quickly and efficiently. Go-Jek has provided some convenience for the consumer. So far, consumers who want to order one must wait for the roadside or walk to the motorbike base. With the application Go-Jek then consumers can message anywhere he was good at home, street and so forth. Consumer confidence in the services provided by Go-Jek will create issues or rumors that circulate quickly, not only in cyberspace but in the real world, and this will make people aware of the existence of mockups. This study aims to determine the level of satisfaction in using services Go-Jek. The population in the study were consumers of service users of Go-Jek with a sample of 100 respondents. Descriptive research method with multiple linear regression analysis tools. Based on the result of research and hypothesis of easiness and trust variable have an effect on to customer satisfaction of service user of Go-Jek in Bandar Lampung.

Keywords: *trust, convenience, consumer satisfaction, go-jek.*

Abstrak

Go-Jek merupakan suatu perusahaan transportasi berbasis aplikasi e-business. Kehadiran jasa transportasi berbasis aplikasi online yang menggunakan internet sangat berpengaruh bagi masyarakat dalam segala aktifitas secara cepat dan efisien. Go-Jek telah memberikan beberapa kemudahan bagi konsumen. Selama ini konsumen yang ingin memesan ojek harus menunggu dipinggir jalan atau berjalan ke pangkalan ojek. Dengan adanya aplikasi Go-Jek maka konsumen bisa pesan dimana saja dia berada baik di rumah, di jalan dan sebagainya. Kepercayaan konsumen kepada layanan yang diberikan oleh Go-Jek akan menciptakan isu atau rumor yang beredar cepat, tidak hanya di dunia maya tetapi di dunia nyata, dan hal ini akan membuat orang sadar akan keberadaan Go-Jek. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan dalam menggunakan jasa Go-Jek. Populasi dalam penelitian adalah konsumen pengguna jasa Go-Jek dengan sampel 100 responden. Metode penelitian deskriptif dengan alat analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian dan hipotesis variabel kemudahan dan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa Go-Jek di Bandar Lampung.

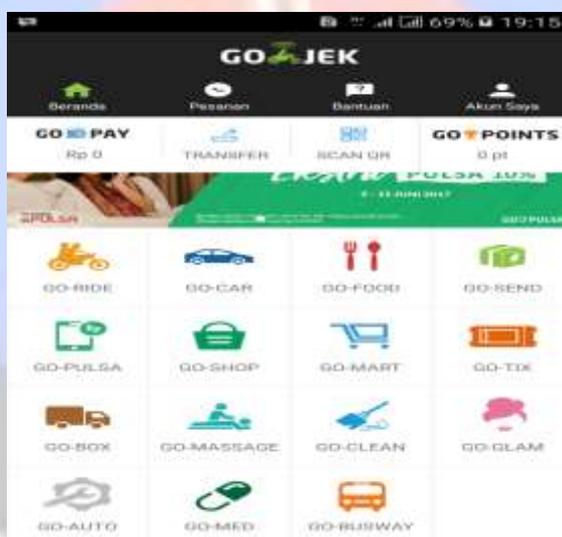
Kata Kunci: Kemudahan, Kepercayaan, Kepuasan Konsumen, Go-Jek.

PENDAHULUAN

Salah satu bisnis yang sedang berkembang saat ini adalah bisnis jasa transportasi dengan sepeda motor atau dulu yang disebut ojek. Jika dahulu ojek dikelola secara konvensional dan kepemilikan tunggal, sekarang muncul bisnis baru taksi motor yaitu suatu usaha komersial, yang menyediakan jasa transportasi bagi umum dan dikelola secara profesional. Ketergantungan masyarakat terhadap transportasi sangat tinggi, dengan alasan untuk mempersingkat waktu perjalanan.

Dengan adanya internet cara perusahaan melakukan transaksi berubah dari cara lama yang prosesnya mengorbankan waktu dan biaya yang besar menjadi proses lebih cepat dan mudah. Berawal dari banyaknya jasa transportasi yang bermunculan mengakibatkan semakin kuat pula persaingan yang dihadapi oleh para pengemudi ojek. Hampir disetiap sudut jalan besar dan area kampus banyak ditemui para pengemudi ini. Apabila dicermati ada banyak hal yang harus dibenahi dalam layanan ojek yang ada saat ini khususnya masalah kemudahan dan kepercayaan konsumen. Perusahaan ojek online yang sedang meningkat pesat yaitu Go-Jek,

Cara kerja Go-Jek yaitu menggunakan aplikasi yang terhubung dengan internet. Para pelanggan tidak perlu menunggu dipinggir jalan atau mendatangi ke pangkalan ojek. Untuk menggunakan jasa Go-Jek maka pengguna internet harus membuat akun khusus sebagai konsumen dengan terlebih dahulu mengunduh aplikasi Go-Jek di Play Store.



Gambar 1. Aplikasi Go-Jek

Dengan berkembang pesatnya perusahaan Go-Jek ini pun melakukan ekspansi dengan membuka cabang-cabang perusahaan Go-Jek. Pada saat ini Go-Jek sudah resmi beroperasi di 25 kota besar di Indonesia, salah satunya adalah kota Bandar Lampung. Dengan fenomena yang ada bahwa masyarakat Bandar Lampung lebih memilih untuk menggunakan jasa yang lebih mudah untuk dicari dan dipakai, maka transportasi konvensional (microlet, ojek) berkurang untuk pemakainya. Konsumen Go-Jek di Bandar Lampung terdiri dari mahasiswa, pelajar, dan pekerja kantoran dan masyarakat umum. Pada umumnya masyarakat Bandar Lampung menggunakan

pelayanan Go-Ride, Go-Food dan Go-Car. Tingginya kepercayaan masyarakat ini idealnya harus seimbang dengan layanan yang diberikan.

Kepercayaan sebagai keyakinan perusahaan, bahwa pihak partner akan melakukan tindakan yang membawa perusahaan pada suatu keuntungan tertentu, dan sebaliknya bukan malah melakukan perbuatan yang merugikan perusahaan (James C. Anderson & James A. Narus, 1990, p.45). Kepercayaan konsumen terhadap driver Go-Jek khususnya konsumen wanita yang mempertanyakan profesionalitas semua driver Go-Jek. Banyak kasus-kasus pelecehan maupun tindak kejahatan yang terjadi antara driver dengan penumpang wanita yang kemudian secara otomatis akan mempengaruhi tingkat kepercayaan konsumen. Driver dibekali identitas oleh perusahaan Go-Jek agar konsumen dapat mengenali driver sehingga mencegah terjadinya tindak kriminal yang dilakukan oleh driver.

Kepuasan konsumen merupakan tujuan utama dari semua perusahaan yang menawarkan produknya, sehingga dengan merasa puas konsumen akan menjadikan keuntungan bagi perusahaan karena konsumen akan kembali dan mengonsumsi kembali produk yang ditawarkan perusahaan. Pasca penggunaan produk Go-Jek masyarakat dapat melakukan tanggapan terhadap pelayanan dengan cara memberikan rating bintang 1 sampai dengan 5.

Pemberian bintang 1-5 menunjukkan tingkat kepuasan konsumen terhadap driver atau mitra Go-Jek, jika konsumen merasa kecewa maka konsumen memberikan bintang 3 hingga 1, dan jika konsumen merasa puas akan memberikan bintang 4-5 sesuai dengan pengalaman dan tingkat kepuasan konsumen.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif yang menggunakan metode survei melalui observasi dan wawancara. Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari respon jawaban responden terhadap kuisisioner melalui survei. Kuisisioner disusun dengan menggunakan skala likert dengan rentang nilai jawaban mulai dari 1 sampai dengan 5 yang setiap butir pertanyaannya. Data sekunder objek penelitian ini adalah data-data dari jurnal, penelitian terdahulu dan sebagainya. Jenis pertanyaan dibagi menjadi beberapa bagian yaitu karakteristik responden, pernyataan kemudahan, pernyataan kepercayaan dan pernyataan kepuasan konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen atau pengguna jasa Go-Jek di Bandar Lampung, walaupun belum ada data yang lebih akurat berapa jumlah pengguna jasa Go-Jek dengan semakin meningkatnya pengguna internet. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Non Probability dengan teknik purposive sampling dan jumlah sampel yang digunakan adalah sebanyak 100 responden.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Karakteristik Responden

Responden yang menjadi obyek penelitian ini adalah 100 orang responden yang menggunakan jasa Go-Jek di wilayah Bandar Lampung yang dibedakan dengan beberapa karakteristik yaitu: Jenis Kelamin, Umur, Pekerjaan, Transaksi yang digunakan responden dan Rata-Rata penggunaan Jasa Go-jek dalam seminggu. Penjelasan tentang karakteristik responden dapat disampaikan sebagai berikut:

- a. Karakteristik responden ditinjau dari jenis kelamin adalah sebanyak 32% responden adalah Laki-Laki dan 68% adalah Perempuan.
- b. Karakteristik responden berdasarkan umur terdiri dari usia dibawah 20 tahun (37%), usia 21-30 tahun (53%), usia 31-40 tahun (6%), usia 40-50 tahun (4%) dan usia diatas 50 tahun (0%).
- c. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan didominasi oleh Mahasiswa (36%). Kemudian diikuti oleh Karyawan/PNS (32%), Pelajar (22%), dan Lainnya (10%).
- d. Dari hasil penelitian juga didapatkan bahwa sebagian besar responden (58%) melakukan pembayaran secara tunai, dan (42%) melakukan pembayaran dengan menggunakan Go-Pay.
- e. Dari hasil penelitian juga didapatkan bahwa kuantitas penggunaan jasa Go-Jek oleh konsumen dalam seminggu sebesar (64%) kuantitas sebanyak 1-3 kali pemakaian, (36%) kuantitas sebanyak 4-6 kali pemakaian.

2. Uji Validitas

Sebelum dilakukan pengolahan data maka seluruh jawaban yang diberikan oleh responden di uji dengan uji validitas dan uji realibilitas yang diuji cobakan pada responden. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi product moment. Dengan penelitian ini, uji validitas untuk menghitung data yang akan dihitung dan proses pengujiannya dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS 21.0. Hasil pengujian validitas menggunakan kriteria pengujian untuk uji ini adalah apabila probabilitas (sig) < α , maka valid dan apabila probabilitas (sig) > α , maka tidak valid.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan (X_1)

Pernyataan	Sig	Alpha	Simpulan
Butir 1	0,000	0,05	Valid
Butir 2	0,000	0,05	Valid
Butir 3	0,000	0,05	Valid
Butir 4	0,000	0,05	Valid
Butir 5	0,000	0,05	Valid
Butir 6	0,000	0,05	Valid

Sumber: Hasil olahan data tahun 2017

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Kuesioner Kepercayaan (X_2)

Pernyataan	Sig	Alpha	Simpulan
Butir 1	0,005	0,05	Valid
Butir 2	0,000	0,05	Valid
Butir 3	0,000	0,05	Valid
Butir 4	0,000	0,05	Valid
Butir 5	0,000	0,05	Valid
Butir 6	0,000	0,05	Valid
Butir 7	0,000	0,05	Valid
Butir 8	0,000	0,05	Valid

Sumber: Hasil olahan data tahun 2017

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Kuesioner Kepuasan Konsumen (Y)

Pernyataan	Sig	Alpha	Simpulan
Butir 1	0,000	0,05	Valid
Butir 2	0,000	0,05	Valid
Butir 3	0,000	0,05	Valid
Butir 4	0,000	0,05	Valid
Butir 5	0,000	0,05	Valid
Butir 6	0,000	0,05	Valid
Butir 7	0,000	0,05	Valid
Butir 8	0,000	0,05	Valid

Sumber: Hasil olahan data tahun 2017

3. Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil uji reliabilitas nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,557 untuk kemudahan (X_1) dengan tingkat reliabel sedang 0,636 untuk variabel kepercayaan (X_2) dengan tingkat reliabel tinggi, dan 0,596 untuk variabel kepuasan konsumen (Y) yang artinya tingkat reliabel sedang.

Tabel 4 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien alpha chronbach	Koefisien r	Simpulan
Kemudahan	0,557	0,4000 – 0,5999	Reliabel Sedang
Kepercayaan	0,636	0,6000 – 0,7999	Reliabel Tinggi
Kepuasan Konsumen	0,596	0,4000 – 0,5999	Reliabel Sedang

Sumber: Hasil olahan data tahun 2017

4. Uji Persyaratan Analisis Data

a. Hasil Uji Normalitas

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

Variabel	Sig	Alpha (5%)	Kondisi	Simpulan
Kemudahan	0,319	0,05	Sig >0,05	Normal
Kepercayaan	0,413	0,05	Sig >0,05	Normal
Kepuasan Konsumen	0,073	0,05	Sig >0,05	Normal

Sumber: Hasil olahan data tahun 2017

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa kemudahan (X_1) One-Sample Kolmogorov Test-Smirnov dengan tingkat signifikan diperoleh $0,319 > 0,05$ maka data berasal dari populasi berdistribusi normal. Nilai untuk kualitas kepercayaan (X_2) dengan tingkat signifikan diperoleh $0,413 > 0,05$ maka berasal dari populasi berdistribusi normal. Nilai untuk kepuasan konsumen (Y) dengan tingkat signifikan diperoleh data $0,073 > 0,05$ maka data berasal dari populasi berdistribusi normal.

b. Hasil Uji Homogenitas

Tabel 6 Hasil Uji Homogenitas
 Test of Homogeneity of Variances

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Kemudahan	1.597	13	85	.102
Kepercayaan	.337	13	85	.984

Sumber: Hasil olahan data tahun 2017

Hasil perhitungan test of homogeneity of variances didapat nilai Sig 0,102 (Kemudahan) dan Sig 0,984 (Kepercayaan) yang menunjukkan nilai > dari 0,05 yang berarti Ho diterima yang menyatakan varians semua populasi bersifat homogenitas.

c. Hasil Uji Linieritas

Tabel 7 Hasil Uji Linieritas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan * Kemudahan	Between Groups	(Combined)	301.104	14	21.507	2.043	.024
		Linearity	232.161	1	232.161	22.051	.000
		Deviation from Linearity	68.943	13	5.303	.504	.917
	Within Groups		894.896	85	10.528		
	Total		1196.000	99			
ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan * Kepercayaan	Between Groups	(Combined)	409.202	17	24.071	2.509	.003
		Linearity	204.379	1	204.379	21.300	.000
		Deviation from Linearity	204.824	16	12.801	1.334	.197
	Within Groups		786.798	82	9.595		
	Total		1196.000	99			

Sumber: Hasil olahan data tahun 2017

Variabel X₁ terhadap Y

Dari hasil perhitungan ANOVA tabel didapat nilai Sig pada baris Deviantion from linierity 0,917> dari alpha (0,05)ataunilai. Dengan demikian Sig > alpha, maka Ho diterima yang menyatakan model regresi berbentuk linier.

Variabel X₂ terhadap Y

Dari hasil perhitungan ANOVA tabel didapat nilai Sig pada baris Deviantion from linierity 0,197> dari alpha (0,05). Dengan demikian Sig > alpha, maka Ho diterima yang menyatakan model regresi berbentuk linier.

Hasil Regresi Linier Berganda

Tabel 8 Hasil Perhitungan Coefficientsa

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	20.393	2.506		8.138	.000
	Kemudahan	.354	.170	.302	2.077	.040
	Kepercayaan	.158	.130	.177	1.215	.227

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Hasil olahan data tahun 2017

Dari tabel 8 diatas merupakan hasil perhitungan regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS 16. Diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut:

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa:

$$Y = 20,393 + 0,354 (X_1) + 0,158(X_2)$$

Koefisien konstanta (Y)

Variabel (Y) atau dalam hal ini adalah keputusan pembelian tetap sebesar 20,393 dengan anggapan bahwa variabel lainnya konstan.

Koefisien Kemudahan (X₁)

Setiap penambahan 1 satuan variabel harga (X₁) maka keputusan pembelian (Y) akan bertambah sebesar 0,354 satuan.

Koefisien Kepercayaan (X₂)

Setiap penambahan 1 satuan variabel kepercayaan (X₂) maka keputusan pembelian (Y) akan bertambah sebesar 0,158 satuan. Berdasarkan hasil nilai beta maka diketahui seberapa besar pengaruh Kemudahan (X₁) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) adalah sebesar 0,302. Berdasarkan hasil nilai beta maka diketahui seberapa besar pengaruh Kepercayaan (X₂) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) adalah sebesar 0,177.

Besarnya pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent dapat dilihat dari nilai beta. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan (X₂) merupakan faktor yang paling dominan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen (Y) karena diperoleh nilai beta sebesar 0302.

Tabel. 9 Hasil Uji Model Summary

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.454 ^a	.206	.190	3.129
a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kemudahan				

Sumber: Hasil olahan data tahun 2017

Nilai koefisien determinan R Squares sebesar 0,206 (20.6%) Kepuasan Konsumen dipengaruhi Kemudahan (X_1) dan Kepercayaan (X_2), dan sisanya 79,4% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lainnya. Sedangkan hubungan kemudahan dan kepercayaan secara bersama terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 0,454 (45,4%).

Hasil Pengujian Hipotesis

a. Hasil Uji F

Tabel 10. Hasil Uji Anova

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	246.602	2	123.301	12.598	.000 ^a
	Residual	949.398	97	9.788		
	Total	1196.000	99			
a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kemudahan						
b. Dependent Variable: Kepuasan						

Sumber: Hasil olahan data tahun 2017

Pengujian Anova dipakai untuk menggambarkan tingkat pengaruh antara variabel kemudahan (X_1) dan kepercayaan (X_2) terhadap variabel kepuasan (Y) secara bersama-sama. Untuk menguji F dengan tingkat kepercayaan 95% atau alpha 5% dan derajat kebebasan pembilang sebesar $k - 1 = 2$ dan derajat kebebasan penyebut sebesar $n-k = 100-3=97$ sehingga diperoleh F tabel sebesar 0.051 dan F hitung 12.598.

Berdasarkan hasil analisis data, maka diperoleh F-hitung sebesar 12.598 sedangkan nilai F-tabel (α 0,05) sebesar 0.051. Dengan demikian $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, dan H_a diterima. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kemudahan (X_1) dan Kepercayaan (X_2) secara simultan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa Go-Jek di Bandar Lampung.

Hasil Uji t

Tabel 11 Hasil Perhitungan Coefficientsa kemudahan

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21.719	2.261		9.604	.000
	Kemudahan	.515	.106	.441	4.859	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan						

Sumber: Hasil olahan data tahun 2017

Berdasarkan tabel 11 didapat perhitungan pada kemudahan (X_1) diperoleh nilai t hitung sebesar 4.859 sedangkan nilai t tabel dengan dk ($dk=100-2=98$) adalah 1.661 jadi t hitung ($4.859 > t$ tabel (1.661)), dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga di simpulkan bahwa kemudahan (X_1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pengguna Go-Jek.

Tabel 12 Hasil Perhitungan Coefficientsa Kepercayaan

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21.504	2.489		8.638	.000
	Kepercayaan	.370	.082	.413	4.494	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan						

Sumber: Hasil olahan data tahun 2017

Berdasarkan tabel 12 didapat perhitungan pada kepercayaan (X_2) diperoleh nilai t hitung sebesar 4.494 sedangkan nilai t tabel dengan dk ($dk=100-2=98$) adalah 1.661 jadi t hitung ($4.494 > t$ tabel (1.661)), dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga di simpulkan bahwa kepercayaan (X_2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pengguna Go-Jek.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang sudah dilakukan, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah: Kemudahan dan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Go-Jek di Bandar Lampung. Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan peneliti kepada mitra Go-Jek di Bandar Lampung adalah driver harus lebih peduli dan ramah dengan para penumpang dan sebaiknya para driver melengkapi identitasnya sebagai driver Go-Jek untuk memudahkan konsumen mengetahui driver sudah datang dan siap menerima orderan, dan mencegah pula tindakan criminal yang dilakukan driver.

DAFTAR PUSTAKA

- Bambang Juanda. 2009. *Ekonometrika: Pemodelan dan Pendugaan*. Bogor. IPB Press
- Basrah Saidani, Samsul Arifin. 2012. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Pada Ranch Market*. Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI). Vol. 3, No. 1.
- Brian Dwi Saputro. 2013. *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kecemasan Berkomputer Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking*. Jurnal Nominal. Volume 2 Nomor 1.
- Bunga Windy Antika, Anik Lestari Andjarwati. 2016. *Pengaruh Kemudahan Dan Emotional Factor Terhadap Word Of Mouth Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Olx di Surabaya)*. Jurnal Ilmu Manajemen (JIM) ISSN : 2549-192X. Vol 4, No 3, (2016)
- Hardiawan. 2013. *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online*. Semarang. Universitas Diponegoro.
- J. Lenzun, James D.D. Massie, Decky Adare. 2014. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel*. *Pengaruh Kualitas Produk*. Vol. 2 No.3 September 2014. Hal. 1237-1245.
- Kaihatu, T.S. 2008. *Analisa Kesenjangan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Pengunjung Plaza Tunjungan Surabaya*. Universitas Kristen Petra. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* Vol 10 No 1 Maret 2008: 66-83.
- Lupiyoadi, Rambat. Ikhsan R, B. 2008. *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Jakarta. Salemba Empat.
- P. Joko Subagyo. 2015. *Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktik*. Cet 7. Jakarta. Rineka Cipta
- Soegoto, Agus. 2013. *Persepsi Nilai dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen*. Volume 1 No 3 September 2013. Hal 1271-1283. Manado. Universitas Sam Ratulangi.
- Yakub, H. 2010. *Kajian Tentang Perkembangan E-Business Terhadap Praktik Bisnis*. CommIT, Vol. 4 No. 2 Oktober 2010. Hlm. 86 – 89