

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kemudahan Transaksi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Aplikasi Maxim Di Bekasi

Muhammad Rizky Gemis¹, Neng Siti Komariah², Haryudi Anas^{1,2,3}
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
riskygemiss45@gmail.com¹, neng.siti@dsn.ubharajaya.ac.id²,
haryudianas@gmail.com³

*Corresponden Author

ARTICLE INFO

Keywords: Kualitas Pelayanan, Kemudahan Transaksi, Kepuasan Pelanggan

Received : 18, august 2024

Revised : 25, august 2024

Accepted: 1, august 2024

©2023The Author(s): This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

[Internasional.](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh kualitas pelayanan dan kemudahan transaksi terhadap kepuasan pelanggan pengguna aplikasi Maxim Di Bekasi. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan pengguna aplikasi Maxim di Bekasi. Penentuan jumlah sampel penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* menggunakan teknik *convenience sampling* dengan rumus hair diperoleh sampel 100 responden. Rancangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengujian hipotesis dengan menggunakan SPSS Versi 26.

Dari hasil penelitian ini dalam uji parsial (T) menjelaskan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Variabel kemudahan transaksi secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan. Dari hasil uji simultan (F) menyatakan bahwa secara simultan variabel kualitas pelayanan dan kemudahan transaksi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pada uji determinasi (R²) didapatkan hasil bahwa variabel kualitas pelayanan dan kemudahan transaksi berpengaruh dengan variabel kepuasan pelanggan sebesar 47,6%

Penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dan dapat menjadi referensi bagi pengembangan ilmu pengetahuan tentang ilmu manajemen pemasaran yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kemudahan transaksi terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian selanjutnya dapat memperluas variabel penelitian yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, mampu memberikan perubahan atas penelitian ini.

PENDAHULUAN

Hadirnya aplikasi *mobile* yang menawarkan jasa transportasi *online* mengubah cara masyarakat dalam memesan sarana transportasi yang awalnya secara *konvensional* saat ini menjadi *online* dimana prosesnya lebih mudah, cepat dan hemat hanya dengan menggunakan sistem aplikasi pelanggan dapat memesan layanan transportasi *online* baik itu layanan seperti *bike*, *food* atau *delivery* menggunakan *smartphone* miliknya. Transportasi *online* adalah alat transportasi yang membantu seseorang berpindah tempat dari tempat yang satu ke tempat lainnya menggunakan kendaraan motor atau mobil dengan teknologi berbasis internet melalui aplikasi di *smartphone*. Kegiatan transaksinya meliputi pemesanan, pemantauan lokasi, pembayaran dan penilaian atas kinerja *driver* (Fakhriya, 2020). Dari sekian banyaknya layanan ojek *online* yang ada di masyarakat, jika perusahaan ingin memimpin pasar perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang maksimal dan kemudahan dalam proses transaksinya agar pelanggan merasa puas.

Kepuasan Pelanggan didefinisikan oleh (Capriati, 2023) yaitu tolak ukur sejauh mana kepuasan (puas atau tidak puas) yang dirasakan pelanggan terhadap kinerja produk atau layanan yang telah diterima sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan. Dalam suatu bisnis atau perusahaan kepuasan pelanggan merupakan faktor penting yang perlu dijaga agar dapat bersaing.

Terdapat berbagai macam faktor yang mampu mempengaruhi munculnya kepuasan pelanggan, salah satunya adalah faktor kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan mampu mencapai keberhasilan perusahaan dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik dapat berupa sikap profesional driver dalam melayani customer, ketepatan waktu, kesigapan dalam menangani permasalahan, jaminan berupa rasa aman dan kepercayaan.

Kualitas pelayanan menurut (Gunawan & Watulandi, 2024) suatu ukuran yang membedakan antara kenyataan yang terjadi langsung dengan harapan pelanggan sebelumnya atas layanan yang mereka terima atau peroleh.

Selain Insentif, ada faktor lain yaitu kemudahan transaksi yang mempengaruhi mudah atau tidaknya pelanggan dalam menggunakan layanan pada saat bertransaksi. Kemudahan transaksi merupakan suatu sistem yang memberi kemudahan dan kelancaran bagi penggunaannya dalam proses transaksi saat menggunakan aplikasi untuk berbelanja atau memesan layanan.

Menurut (Rohmah, 2022) kemudahan transaksi tidak melalui proses yang sulit bagi pengguna saat melakukan transaksi baik itu dalam hal navigasi, penggunaan aplikasi yang mudah dipahami, kemudahan pembayaran, dan pilihan transaksi yang fleksibel.

Berdasarkan latar belakang, maka diketahui rumusan masalahnya dapat dilihat seperti berikut: Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan? Bagaimana pengaruh kemudahan transaksi terhadap kepuasan pelanggan?

Tujuan penelitian ini secara spesifik sesuai dengan rumusan masalah yang ada, yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kemudahan transaksi terhadap kepuasan pelanggan pengguna aplikasi maxim.

TINJAUAN TEORITIS

Kepuasan Pelanggan

Pengalaman baik yang dirasakan oleh pelanggan sesuai dengan harapannya setelah menggunakan layanan dikenal dengan kepuasan pelanggan.

(Samara, 2023) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan perasaan puas atau tidak puas, suka atau tidak suka yang dirasakan seseorang setelah menggunakan produk atau layanan terhadap ekspektasinya. Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon terhadap ketidaksesuaian atau kesalahan yang dirasakan pelanggan antara harapan dan penggunaannya.

Kepuasan pelanggan merupakan ekspektasi pelanggan terhadap suatu produk atau jasa dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan yang diwujudkan dalam bentuk kualitas, pelayanan, dan nilai (Wardhani & Dwijayanti, 2021).

Untuk mengukur kepuasan pelanggan terdapat 3 indikator sebagai berikut :

- 1) Kepuasan pada produk, produk yang berkualitas tinggi cenderung memberikan kinerja yang baik, fitur yang fungsional, dan memenuhi ekspektasi pelanggan.
- 2) Kepuasan pada kualitas pelayanan, kualitas layanan pelanggan yang baik dapat membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan dimana ketika perusahaan atau driver memberikan sikap yang responsif, ramah, memberi bantuan yang efektif dalam mengatasi masalah atau pertanyaan pelanggan dapat menciptakan kepuasan pelanggan.
- 3) Kepuasan pada manfaat produk, fitur dan fungsi produk atau layanan yang memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pelanggan atas kinerja produk juga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan (Wahyuddin, 2022).

Kualitas Pelayanan

Menurut (Kharisma et al., 2023) definisi kualitas pelayanan yaitu seberapa baik atau buruknya tingkat pelayanan yang diberikan serta sesuai atau tidaknya ekspektasi pelanggan terhadap produk atau layanan. Artinya kualitas pelayanan dapat tercapai apabila perusahaan mampu menciptakan produk atau jasa dengan kualitas terbaik serta sesuai harapan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya..

Menurut (E.Setianingsih, 2024) mengemukakan lima dimensi dari kualitas pelayanan yaitu:

1. Bukti fisik (*Tangible*)

Wujud produk atau jasa yang dilihat dan dirasakan langsung oleh pelanggan saat menggunakannya sebagai kesan awal. Kesan positif atau negatif yang diperoleh dapat mempengaruhi persepsi dan pengalaman pelanggan terhadap produk

atau jasa. Bentuk fisik yang dilihat bukan hanya tampilan dari produk ataupun layanan tetapi juga fitur yang lengkap didukung dengan kemutakhiran teknologi, keamanan, kemudahan, kecepatan, keunggulan, sikap profesional dan penampilan driver yang rapih serta bersih dalam melayani *customer*.

2. Keandalan (*Realibility*)

Kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsi – fungsinya tanpa kegagalan atau gangguan dalam prosesnya. selain itu, dapat juga ketangkasan *driver* dalam memberikan pelayanan terbaik terhadap pelanggan secara sopan dan ramah, komunikasi yang baik, ketepatan waktu, cara berkendara yang baik. Keandalan dapat ditingkatkan melalui pengujian kualitas dan perbaikan yang terus dilakukan.

3. Daya tanggap (*Responsiveness*)

Kemampuan staf atau *driver* dalam merespon pertanyaan, permintaan dan keluhan dari pelanggan dengan segala kesigapan, kecepatan, dan ketepatan penanganan. Daya tanggap yang baik penting dalam membangun hubungan jangka panjang antara layanan dengan pelanggan.

4. Jaminan (*Assurance*)

Kemampuan perusahaan untuk memastikan pelanggan memperoleh jaminan yang dijanjikan perusahaan untuk membangun rasa aman dan kepercayaan pada diri pelanggan ketika menggunakan jasa yang ditawarkan.

5. Empati (*Emphaty*)

Kemampuan untuk memahami perasaan dan pikiran orang lain dalam berinteraksi dengan pelanggan melalui komunikasi yang baik, sopan dan ramah untuk membangun hubungan jangka panjang.

Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan :

Menurut (Haqi & Rahmatika, 2020), faktor yang mempengaruhi kualitas sebuah layanan yaitu layanan yang diharapkan (*expected service*) dan layanan yang diterima (*perceived service*). Jika layanan yang diterima telah sesuai bahkan memenuhi apa yang diharapkan pelanggan sebelumnya maka layanan yang diperoleh pelanggan dikatakan baik atau positif. Jika *perceived service* melebihi *expected service*, maka kualitas pelayanan dipersepsikan oleh pelanggan sebagai kualitas yang ideal. sebaliknya apabila *perceived service* lebih jelek dibandingkan *expected service*, maka kualitas pelayanan dipersepsikan oleh pelanggan terhadap layanan negatif atau buruk. Oleh sebab itu, baik atau tidaknya kualitas pelayanan kembali lagi tergantung pada kemampuan perusahaan dan stafnya dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

Kemudahan Transaksi

Kemudahan transaksi merupakan suatu sistem yang memberikan kemudahan dalam proses transaksi mulai dari penggunaan aplikasi yang mudah dipahami dan digunakan, proses pemesanan yang cepat dan mudah, memiliki berbagai alternatif metode pembayaran secara tunai ataupun non tunai, dan fitur fitur yang berfungsi dengan baik (Kerja et al., n.d.)

Indikator Kemudahan Transaksi

Kemudahan merupakan faktor penting bagi penyedia atau penjual online dimana setiap pengguna atau pembeli memiliki beragam kategori dalam hal kemudahan. Namun, ada standar kemudahan yang sama dengan semua pengguna yaitu faktor kemudahan ini nantinya akan berdampak pada perilaku yaitu semakin tingginya persepsi. Berikut indikator-indikator dari variabel kemudahan (Sari Eka Nandya, 2020):

a) Kemudahan pelanggan dalam menggunakan produk

Sejauh mana produk tersebut dapat membantu pelanggan dalam menggunakan produk dengan mudah dalam aksesnya secara cepat serta efisien tanpa mengalami kesulitan atau hambatan.

b) Kemudahan pelanggan dalam pemesanan

Kemudahan proses pemesanan produk atau layanan yang mudah dilakukan menggunakan suatu aplikasi dengan cara melakukan *order* atau *checkout* yang sederhana dan tidak rumit serta metode pembayaran yang aman dan nyaman. Sehingga kemudahan yang dirasakan oleh pelanggan dalam pemesanan dapat menambah pengalaman positif yang menyenangkan.

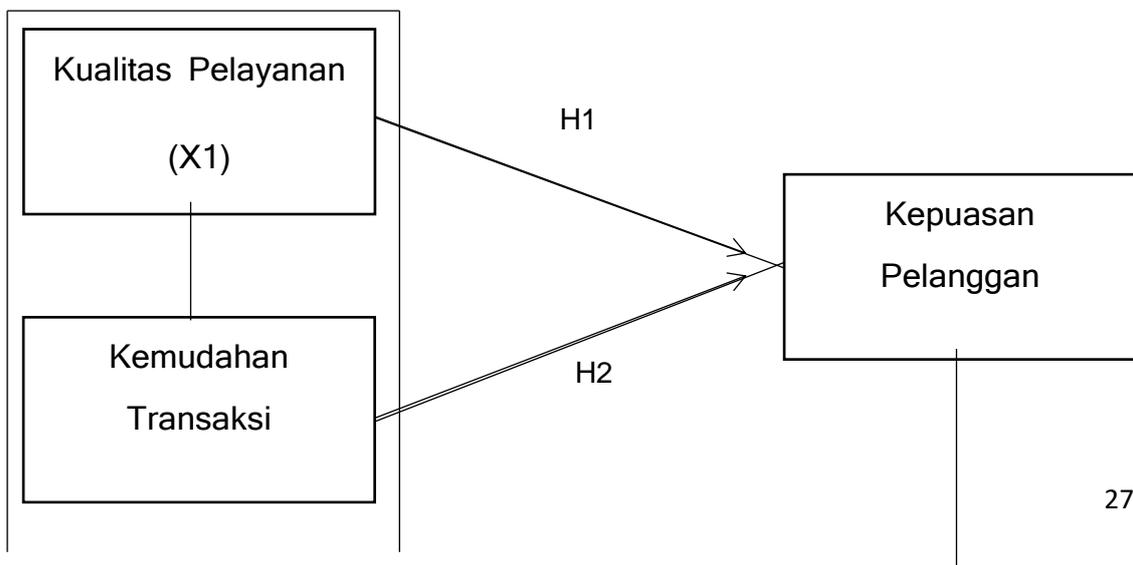
c) Kemudahan pelanggan dalam pembayaran

Kemudahan transaksi menyediakan berbagai metode pembayaran yang dilindungi dengan enkripsi dan keamanan tingkat tinggi untuk melindungi data pelanggan seperti kartu kredit atau debit, transfer *via* bank, pembayaran secara digital ataupun tunai dari ancaman *scam* atau pihak yang tidak bertanggung jawab.

d) Efisiensi waktu

Efisiensi waktu mengacu pada kemungkinan pelanggan untuk menghemat waktu pada proses pemesanan, sistem penugasan pengemudi yang efisien, pemilihan rute yang optimal, estimasi waktu kedatangan, proses pembayaran, atau layanan pelanggan yang responsif lebih cepat dan mudah.

KERANGKA BERPIKIR



H3

Gambar Model Penelitian

HIPOTESIS PENELITIAN

Menurut kerangka konseptual di atas, kualitas pelayanan dan kemudahan transaksi mempengaruhi kepuasan pelanggan. Selain kedua variabel eksogen tersebut, masih banyak variabel lain yang bisa mempengaruhi kinerja karyawan, antara lain:

1) H1 : Diduga kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan

(Mongilala et al., 2020).

2) H2 : Diduga kemudahan transaksi memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan

(Amalia & Hastriana, 2022).

3) H3 : Diduga kualitas pelayanan dan kemudahan transaksi memiliki pengaruh positif terhadap

kepuasan pelanggan (Husni et al., 2023).

METODOLOGI

Artikel ilmiah ini menggunakan Mendeley, Google Scholar, dan variabel sumber media *online* lainnya untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kemudahan transaksi terhadap kepausan pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016) metode kuantitatif digunakan untuk meneliti sebuah populasi dan sampel dengan menggunakan teknik pengumpulan data secara acak (*random sampling*), pengumpulan data ini menggunakan suatu instrument penelitian berupa analisis data bersifat kuantitatif bertujuan untuk menguji hipotesis. Penelitian kuantitatif berisikan sebuah pernyataan dan sudah terdapat pilihan jawaban yang berupa angka atau numerik yang terdiri dari masing-masing skor.

Berdasarkan uraian di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa pendekatan kuantitatif bertujuan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji data statistik yang akurat. Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur pengaruh kualitas pelayanan dan kemudahan transaksi terhadap kepuasan pelanggan pengguna aplikasi maxim.

HASIL UJI HIPOTESIS

Table Uji T

Coefficients ^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.247	1.558		4.010	.000
	KUALITAS_PELAYANAN	.165	.066	.236	2.490	.014
	KUMUDAHAN_TRANSAKSI	.405	.074	.516	5.441	.000

a. Dependent Variable: KUPUASAN_PELANGGAN

Berdasarkan hasil output pada tabel diatas diperoleh t hitung sebesar 2.490 dengan hasil angka constant 6.247 sementara X_1 dan X_2 (koefisien regresi) 0.165 dan 0.405. Nilai p-value untuk kualitas pelayanan (X_1) 0.014 dan untuk kemudahan transaksi sebesar 0.000. Kualitas pelayanan $0.014 \leq 0.05$ berarti kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan diterima. Kemudahan transaksi $0.000 \leq 0.05$ berarti kemudahan transaksi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan diterima.

UJI F

Tabel Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	106.311	2	53.156	44.021	.000 ^b
	Residual	117.129	97	1.208		
	Total	223.440	99			

a. Dependent Variable: KUPUASAN_PELANGGAN

b. Predictors: (Constant), KUMUDAHAN_TRANSAKSI, KUALITAS_PELAYANAN

Berdasarkan hasil output pada tabel 4.1.16 di atas diperoleh f hitung sebesar 44.021 dan f table distribusi f dicari pada $df = 2$, (df) $n-k-1$ atau $100-2-1 = 97$ (n adalah jumlah data dan k adalah jumlah variabel independent). Hasil diperoleh untuk f table sebesar 3.09. diketahui nilai signifikansi $0.000 \leq 0.05$ sehingga kualitas pelayanan dan kemudahan transaksi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

UJI KOEFISIEN DETERMINASI (R²)

Tabel 3. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.690 ^a	.476	.465	1.099

a. Predictors: (Constant), KUMUDAHAN_TRANSAKSI, KUALITAS_PELAYANAN

Berdasarkan hasil output pada tabel 4.1.17 di atas menunjukkan koefisien determinasi 0.476 yang berarti bahwa kualitas pelayanan (X_1) dan kemudahan transaksi (X_2) mampu menjelaskan sebesar 47,6% varians dari variabel kepuasan pelanggan. Sedangkan sisanya 100%-38% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Hasil 0.476 mendekati 1 berarti terdapat hubungan positif karena nilai koefisien determinasi hampir mendekati 1.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Aplikasi Maxim Di Bekasi

Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Mongilala et al., 2020). Penelitian tersebut menyatakan bahwa kualitas pelayanan berkontribusi positif bagi kepuasan pelanggan terutama yang paling dominan variabel empati. Artinya, semakin baik kualitas pelayanan Transportasi Online Maxim yang dirasakan pelanggan setelah menggunakan layanan, maka semakin meningkat pula kepuasan pelanggan.

Penelitian ini diperkuat oleh teori (Hamzah, 2023) Kualitas pelayanan merupakan hasil yang dirasakan dari upaya yang dikeluarkan pelanggan berdasarkan penilaiannya setelah menggunakan produk atau jasa.

Pengaruh Kemudahan Transaksi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Aplikasi Maxim Di Bekasi

penelitian terdahulu (Amalia & Hastriana, 2022) menyatakan bahwa ditemukan pengaruh positif antara kemudahan transaksi dengan kepuasan pelanggan. Dengan demikian, dapat diartikan bahwa adanya unsur kemudahan transaksi dalam menggunakan sebuah aplikasi sangat membantu pengguna sehingga dapat merasakan kepuasan.

Namun, tidak sejalan dengan penelitian (Kurniawati, 2023). Penelitian tersebut menyatakan bahwa kemudahan transaksi tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang disebabkan kurangnya pengetahuan pembayaran.

Penelitian ini diperkuat oleh teori (Rohmah, 2022) dimana keberhasilan terhadap pengoperasiannya ditandai dengan lancarnya pengguna dalam melakukan proses transaksi menjadi lebih cepat, mudah dipahami tanpa proses yang sulit dan proses transaksi terjamin keamanannya.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kemudahan Transaksi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Aplikasi Maxim Di Bekasi

Menurut (Husni et al., 2023) menunjukkan bahwa apabila kualitas pelayanan, kemudahan transaksi dan kepuasan pelanggan di implementasikan secara baik dan benar maka akan memberikan standar produktivitas yang tinggi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna aplikasi maxim di Bekasi.
2. Kemudahan transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna

aplikasi maxim di Bekasi.

3. Kualitas pelayanan dan kemudahan transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna aplikasi Maxim di Bekasi. Jadi, apabila pelayanan yang diberikan baik dan transaksi yang dilakukan mudah maka semakin meningkat pula kepuasan yang dirasakan pelanggan terhadap layanan.

Saran

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki keterbatasan dan dapat diperbaiki dengan penelitian lanjutan. Berikut beberapa saran yang dapat diajukan:

1. Bagi Perusahaan

a. Berdasarkan kualitas pelayanan, peneliti menyarankan kepada perusahaan maxim agar terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan agar pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan dimasa yang akan datang

b. Berdasarkan kemudahan transaksi, peneliti menyarankan kepada perusahaan maxim agar terus memperbaiki, mempertahankan dan meningkatkan kemudahan dalam proses transaksinya agar pelanggan mudah dalam menggunakan layanan sehingga dapat terciptanya kepuasan pelanggan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

a. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk meneruskan atau mengembangkan penelitian ini dengan mencari faktor lain yang lebih dapat mengembangkan hasil penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, P., & Hastriana, A. Z. (2022). Pengaruh Kemanfaatan , Kemudahan Keamanan , dan Fitur M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Bertransaksi Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus BSI KCP Sumenep). *Journal of Islamic Economic*, 1, 70–89.
- Capriati, Z. F. (2023). *Pengaruh keragaman produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan minimarket di koperasi visiana bakti tvri jakarta*. 6(1), 170–177. <https://doi.org/https://doi.org/10.37481/sjr.v6i1.631>
- Gunawan, W. H., & Watulandi, M. (2024). *Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan Ojek Online Gojek (Survey Pada Pelanggan Ojek Online Gojek di Kota Cirebon)*. 7(1), 37–52.
- Hamzah, M. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Word Of Mouth (Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Sebagai Variabel*

- Intervening*. 2(5), 48–62.
- Haqi, M. S., & Rahmatika, A. N. R. (2020). A . Pendahuluan Era teknologi 4 . 0 persaingan bisnis yang dihadapi perusahaan-perusahaan saat ini semakin ketat , sehingga menuntut manajemen perusahaan untuk lebih cermat dalam menentukan strategi bersaing , agar dapat memenangkan dalam persaingan yang. *Jurnal Ekonomi Dan PerkembanganBisnis*, 4, 42–57.
<https://doi.org/https://doi.org/10.32764/margin.v4i1.889>
- Husni, M. F., Krisnanto, B., & Rizal, M. (2023). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kemudahan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pt . Bank SYARIAH INDONESIA . TBK REGIONAL OFFICE X MAKASSAR*. 11.
- Kerja, P. B., Komitmen, D. A. N., Rizqina, Z. A., Adam, M., & Chan, S. (n.d.). *Kawasan Perdagangan Bebas Dan Pelabuhan Bebas Sabang (BPKS)*. 1(1), 59–69.
- Kharisma, D., Simatupang, S., & Hutagalung, H. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan*. 32–42.
- Kurniawati, V. (2023). *SEIKO : Journal of Management & Business Pengaruh Kualitas Informasi , Kualitas Layanan , Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Variabel Intervening Keamanan*. 6(1), 662–669.
<https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3076>
- Mongilala, R. S., Kalangi, J. A. ., & Walangitan, O. F. . (2020). Kualitas Pelayanan Transportasi Online (GrabBike) Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi, Program Studi Administrasi Bisnis*, 1(3), 246–250.
- Rohmah, F. S. (2022). *Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Marketplace A . Latar Belakang Dalam memenuhi kebutuhan ataupun keinginan yang sudah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari di masyarakat membeli menjadi suatu keputusan dari konsumen untuk mendapatkan suatu pro*. 6(2), 83–99.
<https://doi.org/https://doi.org/10.25139/jiabi.v6i2.4134>
- Samara, A. (2023). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan , Pengalaman Pengguna Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Penggunaan Aplikasi Dompot Digital (E-Wallet) di Kalangan Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma*. 1(2).
- Sari Eka Nandya, oswari teddy. (2020). *Creative research management journal*. 3, 34–46.
- Setianingsih, E. (2024). *MATH unesa*. 12(01), 38–48.
- Wahyuddin, M. (2022). *Pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan pelanggan pada toko furnitur angkasa rahmat unaaha*. 1(4), 335–344.
- Wardhani, F. K., & Dwijayanti, R. (2021). *Pengaruh Store Atmosphere dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan : Studi Pada Pelanggan Coffee Shop Rustic Market Surabaya*. 5, 510–521.