

Artikel

by Ali Ibrahim

Submission date: 18-Jan-2023 02:57PM (UTC+0700)

Submission ID: 1994658915

File name: 3531-10931-3-PB.pdf (336.67K)

Word count: 3719

Character count: 21739



Analisis Pengaruh Sosial CRM Terhadap Loyalitas Customer Pada Layanan Pengguna Aplikasi DANA

Ali Ibrahim*, Oktrioka Gisbu, Erinne Rizky Salsadila, Rahmat Fitra Arkamil, M Aditya Wijaya, M Hafadz Raihan

6

Jurusan Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Sriwijaya, Palembang, Indonesia

Email: ¹aliibrahim@unsri.ac.id, ²oktrioka.gisbu12@gmail.com, ³erinne.cila17@gmail.com, ⁴rahmatfitraarkamil1@gmail.com, ⁵m.aditya.w99@gmail.com, ⁶raihanhafadz@gmail.com
Email Penulis Korespondensi: aliibrahim@unsri.ac.id

Abstrak—Aplikasi DANA merupakan salah satu aplikasi dompet digital yang tentu saja memiliki fungsi sebagai alat untuk melakukan pembayaran. Dana bisa di gunakan oleh seluruh kalangan umur, selain itu juga Dana sangat dibutuhkan di masa sekarang ini sebagai dompet digital. Transaksi menggunakan Dana dapat dilakukan dimana saja seperti toko, rumah makan, maupun pembayaran belanja online. Dengan adanya perkembangan teknologi informasi inilah Dana di tuntut untuk terus selalu menyediakan layanan yang dapat melakukan transaksi secara online dengan lengkap. Transaksi secara digital atau online telah menjadi bagian dari hidup masyarakat modern. Aplikasi yang baik adalah aplikasi yang dapat membuat penggunanya puas terhadap layanan yang diberikan karena hal itu merupakan tujuan dari adanya Aplikasi Dana. Metodeologi penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif survey research yang menjelaskan antara hubungan kausal dan pengaruh yang terjadi antara variabel-variabel yang ada dengan menggunakan pengujian hipotesis. Customer Relationship Management (CRM) adalah strategi yang digunakan untuk menganalisa data, konsolidasi, dan juga memperoleh data yang kemudian digunakan untuk berinteraksi dengan customer (pengguna aplikasi Dana), dengan hal tersebut maka akan menghasilkan sebuah pandangan yang komprehensif terhadap customer dan kepuasan customer pada layanan Aplikasi Dana.

Kata Kunci: Dompet Digital; Transaksi; Dana; Aplikasi; Loyalitas

Abstract—DANA application is one of the digital wallet applications which of course has a function as a tool for making payments. Funds can be used by all ages, besides that, funds are also very much needed today as a digital wallet. Transactions using Dana can be done anywhere, such as shops, restaurants, or online shopping payments. With the development of information technology, Dana is required to always provide services that can complete online transactions. Digital or online transactions have become a part of modern society's life. A good application is an application that can make users satisfied with the services provided because that is the purpose of the Fund Application. The research methodology used is a quantitative survey research method that describes the causal relationship and the effect that occurs between the existing variables using hypothesis testing. Customer Relationship Management (CRM) is a strategy used to analyze data, consolidate, and also obtain data which is then used to interact with customers (Dana application users), with this it will produce a comprehensive view of customers and customer satisfaction on Application services. Fund..

Keywords: Digital Wallet; Transactions; Funds; Applications; Loyalty

1. PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan teknologi informasi kini telah memasuki ranah kehidupan sehari-hari, ditandai oleh banyaknya pengguna komputer yang mengakannya untuk berbagai kepentingan mulai dari pribadi, kantor, ataupun untuk berbisnis serta dalam ranah hiburan dan pendidikan [1]. Pengaruh dari perkembangan teknologi internet ini adalah Institusi pemerintah maupun swasta, khususnya bidang pendidikan terus melakukan peningkatan terhadap jumlah kegiatan yang dapat dilakukan komputerisasi dalam pengolahan data [2].

Loyalitas pelanggan telah menjadi fokus yang sangat penting bagi profesionalisme di sektor pekerjaan seperti perindustrian dan bisnis. Hal ini dilandaskan pada pemahaman dari konsep kepuasan pelanggan itu sendiri yang telah menjadi strategi untuk memenangkan persaingan di dunia bisnis. Kepuasan pelanggan penting bagi penyedia layanan karena menyampaikan kepuasan mereka kepada pelanggan baru yang potensial dan membangun reputasi penyedia layanan. Semua aktivitas perusahaan pada akhirnya mengarah pada penciptaan nilai bagi pelanggan, yang pada gilirannya mengarah pada kepuasan pelanggan[3]. Loyalitas adalah perbandingan kinerja atau hasil akhir dengan harapan konsumen, yang merupakan tingkat persepsi seseorang. Dengan demikian, kepuasan merupakan hasil dari perbedaan antara kinerja yang diperoleh dengan harapan mereka. Komitmen pelanggan berkontribusi pada banyak aspek penting, salah satunya yaitu dapat meningkatkan reputasi perusahaan dan mengurangi fleksibilitas harga, mengurangi biaya operasi atau transaksi dalam perusahaan, masa depan dan dengan demikian, meningkatkan efisiensi dan produktivitas dari pekerja.

Manajemen Hubungan Pelanggan merupakan suatu strategic planning yang digunakan menganalisisi data yang ada dimana kemudian nantinya akan digunakan untuk berinteraksi dengan customer (pengguna aplikasi), dengan hal tersebut maka akan menghasilkan sebuah pandangan yang komprehensif terhadap customer dan kepuasan customer pada layanan. DANA adalah salah satu dari piranti e-wallet yang didesain untuk melakukan transaksi keuangan yang bersifat cashless dengan keterjaminan data pengguna dan kenyamanan pemakaian. Hubungan yang baik antara pelanggan dan DANA tentunya dengan meningkatkan kualitas layanan, penilaian hubungan pelanggan dan DANA dapat mempertahankan pelanggannya dari segala sisi [4]. Seiring dengan

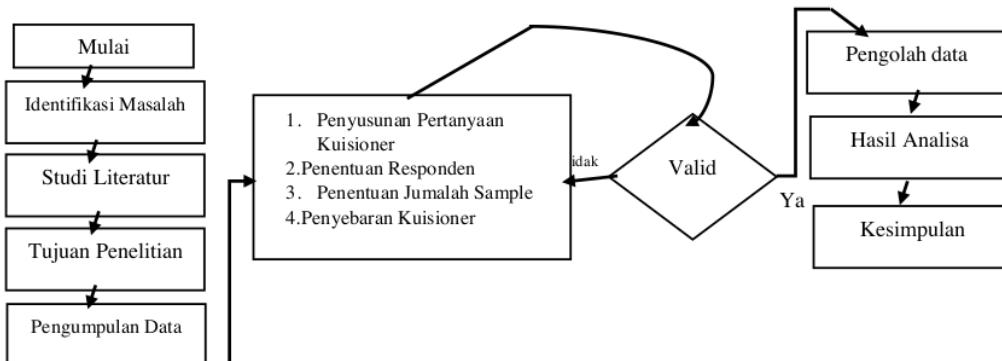


hubungan yang baik antara DANA dengan pelanggan, dapat menjadi sarana evaluasi dimana pelanggan mengevaluasi layanan yang diberikan oleh DANA atau evaluasi DANA terhadap pelanggan.

Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui dampak sosial yang ditimbulkan dari Manajemen Hubungan Pelanggan dengan tingkat komitmen Customer pada penggunaan DANA.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Metode ini merupakan permodelan ilmiah untuk mengumpulkan data dengan tujuan dan manfaat yang diinginkan. Untuk tujuan penelitian ini, studi, yang merupakan metode kuantitatif di antara survei, digunakan untuk menyelidiki pengaruh manajemen hubungan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Aplikasi Dana.[27] Penelitian kuantitatif menggunakan desain yang terstruktur dan terperinci serta mengumpulkan data numerik yang diproses dengan knik statistik [28]. Metode penelitian survey research adalah suatu metode dimana pengumpulan data dapat menggunakan kuesioner dan wawancara yang diperoleh dari sampel berupa orang-orang, dimana data tersebut akan dapat mewakili suatu kelompok populasi tertentu sejai dengan preferensinya, apa yang dipikirkan dan juga rasakan serta kecenderungan dari suatu tindakan [29]. Metode survei seringkali digunakan terutama saat peneliti ingin melihat suatu gambaran situasi/variabel tertentu dalam suatu populasi melalui data yang diperoleh dari beberapa sampel yang mewakili populasi tersebut [30]. Pengumpulan data juga dilakukan dengan teliti dan tentu saja hal ini menjadi pengaruh yang kuat untuk menentukan variabel-variabel apa yang akan menjadi poin-poin analisis nantinya [31]. Kuisisioner yang digunakan untuk mendapatkan data pelanggan aplikasi DANA ini tentunya disebarluas atau diisi oleh orang lain dan yang menjadi target utama adalah mereka yang menggunakan layanan aplikasi DANA baik pengguna baru maupun pengguna lama. Ada tahapan atau alur yang tentunya harus dilakukan dalam memulai sebuah penelitian, diagram alur penelitian adalah diagram yang menjelaskan bagian-bagian dari suatu mekanisme atau proses penelitian sehingga proses penelitian tersebut dapat dengan mudah dipahami [32]. Berikut adalah diagram penelitian pada analisis ini.



Gambar 2. Diagram Alur Penelitian

Pada Diagram diatas terdapat pengolahan data yang berarti pada data tersebut akan dilakukan pengujian hipotesis untuk mendapatkan sebuah hasil dari analisis yang telah dilakukan. Pengujian hipotesis sering digunakan dalam penelitian atau penelitian untuk memberikan jawaban apakah ada perbedaan mean populasi atau adakah hubungan antar variabel [33].

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Asumsi Klasik

Menurut [34] Menyatakan bahwa penduga parameter yang diperoleh merupakan penduga linier dan bebas distorsi terbaik jika asumsi klasik terpenuhi. Sama halnya dengan uji beda normal, perbedaan signifikan lebih kecil daripada 0,05, apabila ada differential value yang signifikan, dan perbedaan signifikan memiliki nilai yang lebih besar dari 0,05 berarti tidak ada perbedaan yang signifikan. Penerapan uji Kolmogorov-Smirnov berarti taraf signifikansi lebih kecil dari 0,05 berarti meta-data yang diuji berbeda nyata dengan data standar baku. Ini berarti bahwa data bersifat unnormal, Pada tabel diatas 0.200 yang mana diatas 0,05 berarti data terdistribusi normal.

Tabel 1. Asumsi Klasik

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
N	35



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
Normal Parameters ^{a,b}		Mean	.0000000
		Std. Deviation	166922575
		Absolute	.108
Most Extreme Differences		Positive	.108
		Negative	-.092
Test Statistic			.108
Asymp. Sig. (2-tailed)			.200 ^{c,d}

a. Test-distribution = Normal.
b. Calculate from meta-data.
c. L-Significance Correction.
d. true significance.

3.2 Validitas Dan Reabilitas

Menurut menyatakan bahwa secara umum validitas dan juga reabilitas adalah sebagai alat untuk mengukur suatu perhitungan objek atau mengumpulkan data pada suatu variabel [35]. Mengevaluasi Validitas dan reliabilitas data penelitian merupakan persyaratan penting yang harus dilaksanakan untuk menilai kualitas hasil penelitian.[36].

3.2.1 Validitas

Validitas adalah sesuatu yang diukur dengan tepat. Biasanya, ini berarti bahwa validitas adalah sejauh mana hasil tes dapat digunakan untuk tujuan yang dimaksudkan [37]. Dari hasil perhitungan yang ada, akan diperoleh nilai koefisien yang mengukur validitas pada item dan menentukan item tersebut apakah layak untuk digunakan atau tidak [38]. Berikut adalah uji validitas pada analisis ini.

Tabel 2. Tingkat Validasi dari Variabel CRM ‘Table of Correlations’

	4	X1	X2	X3	X4	TOTALX
X1	Pearson Correlation	1	.63111**	.764445**	.472076**	.880098**
	Sig. (2-tailed)		.00000	.00000	.00004	.00000
	N	35	35	35	35	35
X2	Pearson Correlation	.631,00**	1	.346,00*	.321,00	.651,00**
	Sig. (2-tailed)	.000,00		.042	.060	.000
	N	35	35	35	35	35
X3	Pearson Correlation	.764**	.346*	1,001	.589**	.886**
	Sig. (2-tailed)	.000	.042		.000	.000
	N	35	35	35	35	35
X4	Pearson Correlation	.472**	.321	.589**	1	.767**
	Sig. (2-tailed)	.004	.060	.000		.000
	N	35	35	35	35	35
TOTALX	Pearson Correlation	.880**	.651**	.886**	.767**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	35	35	35	35	35

**. Signifikansi pada korelasi di tingkatan 0.01

*. Signifikansi pada korelasi di tingkatan 0.05

Diagram diatas menunjukkan nilai validitas pada variabel CRM yang telah diuji. Sig 2 tail < 0.05 maka semua data yang berkaitan dengan variable social CRM valid maka semua valid.

Tabel 3. Validitas Variabel Loyalitas ‘Correlations’

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	TOTAL Y
Y1	Pearson Correlation	1	.820**	.686**	.549**	.718**	.397*	.694**	.867**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.000	.018	.000	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35
Y2	Pearson Correlation	.820**	1	.512**	.530**	.587**	.423*	.600**	.798**
	Sig. (2-tailed)	.000		.002	.001	.000	.011	.000	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35
Y3	Pearson Correlation	.686**	.512**	1	.332	.702**	.575**	.620**	.783**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002		.052	.000	.000	.000	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35
Y4	Pearson Correlation	.549**	.530**	.332	1	.568**	.474**	.657**	.726**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.052		.000	.004	.000	.000



		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	TOTAL Y
Y5	N	35	35	35	35	35	35	35	35
	Pearson Correlation	.718**	.587**	.702**	.568**	1	.555**	.721**	.862**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.001	.000	.000
Y6	N	35	35	35	35	35	35	35	35
	Pearson Correlation	.397*	.423*	.575**	.474**	.555**	1	.695**	.720**
	Sig. (2-tailed)	.018	.011	.000	.004	.001		.000	.000
Y7	N	35	35	35	35	35	35	35	35
	Pearson Correlation	.694**	.600**	.620**	.657**	.721**	.695**	1	.884**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
TOTAL Y	N	35	35	35	35	35	35	35	35
	Pearson Correlation	.867**	.798**	.783**	.726**	.862**	.720**	.884**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
TOTAL Y	N	35	35	35	35	35	35	35	35

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Diagram diatas menunjukkan nilai validitas pada variabel Loyalitas yang diuji. Sig 2 tail < 0.05 maka semua data yang berkaitan dengan variable Loyalitas valid, maka semua valid

3.2.2 Reliabilitas

Suatu kuesioner bisa dikatakan reliabel jika tanggapan responden terhadap poin pertanyaan yang diajukan pada kuisisioner yang dibuat memiliki tingkat konsistensi yang stabil secara periodik [39]. Reliabilitas adalah keakuratan atau konsistensi instrumen ukur dalam mengevaluasi apa yang dievaluasinya. Dengan kata lain, setiap kali melakukan evaluasi dalam suatu pengukuran, makan hasilnya akan relatif sama [40]. Berikut ini adalah uji reliabilitas pada analisis ini.

Variable CRM

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha N of Items

.798 4

Croncbach alpa .798 > 0.7 maka vairable reabel

Variable Loyalitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha N of Items

.911 7

Croncbach alpa .911 > 0.7 maka vairable reabel

Hipotesis

h0 : ada pengaruh antara Sosial CRM terhadap loyalitas pengguna

h1 : tidak ada pengaruh antara Sosial CRM terhadap loyalitas pengguna

syarat :

ttable 2,045 dgn signifikasi 95% dan populasi 29

Tabel 4. Coefficientsa

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	4.865	3.432			1.417	.166
TOTALX	1.439	.196			.787	.7334 .000

a. Dependent Variable: TOTALY

Cara pengambilan keputusan :

Cara 1

S I G > 0.05 : Ho diterima (hipotesis valid)

S I G < 0.05 : H0 ditolak (Hipotesis tidak valid)

Pada table signifikan bernali .166 yang mana hipotesis diterima apabila sig> 0.05. Kemudian untuk pengecekan dengan t hitung bernali 7.334 yang mana lebih besar dari t table yaitu 2,045 yang mana syarat hipotesis diterima adalah thitung>ttable. Berdasarkan ini, jadi dari analisis regresi didapatkan bahwa h0 diterima sehingga ada pengaruh antara Sosial CRM terhadap loyalitas pengguna aplikasi DANA.

**4. KESIMPULAN**

12

Dilansir dari proses pengumpulan data dan pengolahan pada penelitian yang telah dilakukan, dapat ditarik benang kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang baik pada sosial CRM terhadap loyalitas pelanggan yang menggunakan aplikasi DANA. Pernyataan ini dapat ditinjau berdasarkan pendapat angka analisis hipotesis yang memperlihatkan bahwa jika nilai $\text{sig} > 0.05$ maka akan diterima, sedangkan angka yang didapatkan tepatnya yaitu .166 dan dipastikan bahwa hal tersebut dapat diterima. Pengaruh baik pada sosial CRM terhadap loyalitas pengguna ini juga dapat dilihat dari pengisian kuisioner yang dimana hampir terdapat sekitar 80% pengguna aplikasi DANA menilai poin ke-5 (Sangat Setuju) tentang kepuasan dan loyalitas mereka terhadap penggunaan aplikasi ini. Kemudian pada signifikansi terdapat nilai 95% dengan jumlah populasi sebanyak 29. Hal ini membuktikan bahwa layanan aplikasi DANA ini memiliki pelanggan dengan loyalitas yang baik karena layanan aplikasi dana memberikan berbagai kenyamanan, kemudahan, serta dapat meningkatkan kepercayaan pengguna sehingga para pengguna pun dapat mereka pertahankan dengan baik.

REFERENCES

- [1] T. Susilowati, "Rancang Bangun E-Library Berbasis Customer Relationship Management (Crm) Studi Kasus Stmik Pringsewu," pp. 271–277, 2010.
- [2] A. Ibrahim and M. Afrina, "Pengembangan Model Perpustakaan Berbasis Teknologi Informasi untuk Meningkatkan Kinerja Layanan Perpustakaan dan Mewujudkan Perpustakaan Ideal Berbasis Digital di Fasilkom Unsri," *Pros. Konf. Nas. Teknol. Inf. dan Apl.*, vol. no., pp. C87--C94, 2011, [Online]. Available: <http://eprints.unsri.ac.id/5590/>.
- [3] A. F. Bahari and J. Basalamah, "Analisis Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Customer Relationship Management Serta Dampaknya pada Kepuasan Peserta BPJS Ketenagakerjaan Kota Makassar," *J. Manaj. Bisnis*, vol. 6, no. 1, pp. 11–21, 2019, doi: 10.33096/jmb.v6i1.155.
- [4] B. S. Rahayu and E. Saryanti, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Hubungan Pelanggan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Nasabah," *J. Adv.*, vol. 1, no. 2, p. 14, 2014.
- [5] K. Dasar, "M a n a j e m e n s i s t e m i n f o r m a t i c a n t e k n o l o g i i n f o r m a t i c a i,"
- [6] R. M. Harahap, "Related Papers," *Over Rim*, pp. 191–199, 2017, doi: 10.2307/j.ctt46nrzt.12.
- [7] T. Makmur, "Teknologi Informasi : Dampak dan Implikasi Bagi Perpustakaan, Perpustakawan, serta Pemustaka," *Perpust. dan Ilmu Inf.*, vol. 1, no. 1, p. 65, 2019.
- [8] S. Aulia, "Pola Perilaku Konsumen Digital Dalam Memanfaatkan Aplikasi Dompet Digital," *J. Komun.*, vol. 12, no. 2, p. 311, 2020, doi: 10.2491/jk.v12i2.9829.
- [9] Ika Febriilia, Shela Puspita Pratiwi, and Irianto Djatikusumo, "Minat Penggunaan Cashless Payment System – Dompet Digital Pada Mahasiswa Di Fe Unj," *JRMSI - J. Ris. Manaj. Sains Indones.*, vol. 11, no. 1, pp. 1–19, 2020, doi: 10.21009/jrmsi.0111.01.
- [10] H. T. Listyani, A. Handojo, and H. Novianus, "Simulasi Transaksi Pembayaran Online dengan Studi Kasus Kantin Universitas Kristen Petra," vol. 6, no. 1, pp. 56–62, 2016.
- [11] R. Hardika Fajar Ardianto, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Online," *Serambi Huk.*, vol. 8, no. 02, pp. 1–5, 2015.
- [12] R. Widayati and M. Rahman, "Aktivitas Pemasaran Produk Tabungan Pada Pt. Bpr Rangkiang Denai Payakumbuh Barat," pp. 1–10, 2019, doi: 10.31219/osf.io/3z7p6.
- [13] I. K. Rachmawati, Y. Handoko, F. Nuryanti, M. Wulan, and S. Hidayatullah, "Pengaruh kemudahan, kepercayaan pelanggan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian online," *Semin. Nas. Sist. Inf. 2019*, vol. 3, no. September, pp. 1617–1625, 2019.
- [14] P. Umum, "Jurnal Studi Perpustakaan dan Informasi," 1858.
- [15] I. G. Cristea and D. Mocuta, "Customer relationship management," *Proc. 31st Int. Bus. Inf. Manag. Assoc. Conf. IBIMA 2018 Innov. Manag. Educ. Excell. through Vis. 2020*, vol. 10, no. 3, pp. 2557–2565, 2018, doi: 10.1007/978-3-658-19532-8_20.
- [16] I. Gautama, "Relationship Marketing Dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Dalam Customer Relationship Management Untuk memenangkan persaingan bisnis," *Semin. Nas. Apl. Teknol. Inf. 2005*, vol. 2005, no. Snati, 2005.
- [17] A. Fauzi and E. Harli, "Peningkatan Kualitas Pelayanan Melalui CRM dengan Metode RAD," *J. RESTI (Rekayasa Sist. dan Teknol. Informasi)*, vol. 1, no. 1, pp. 76–81, 2017, doi: 10.29207/resti.v1i1.16.
- [18] K. W. Prasetyo, "Penetapan Kerangka Kerja Social CRM Berdasarkan Karakteristik Media Sosial," *SMATIKA J.*, vol. 03, no. 01, pp. 37–41, 2013, [Online]. Available: <https://docs.google.com/uc?export=download&id=0BydotwQXAxQvamE2Skxfc0t0a0U>.
- [19] K. K. Ri, "Laporan hasil penelitian 2019," 2019.
- [20] A. I. Hadiana and W. Witanti, "Analisis Jejaring Sosial Menggunakan Social Network Analysis untuk Membantu Social CRM bagi UMKM di Cimahi (Social Network Analysis Using Social Network Analysis to Help Social CRM for MSMEs in Cimahi)," *Saintiks FTIK UNIKOM*, p. VI.129-VI.36, 2017.
- [21] T. Musanto, "FAKTOR-FAKTOR KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN: Studi Kasus Pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya," *J. Manaj. dan Kewirausahaan*, vol. 6, no. 2, pp. 123–136, 2004, doi: 10.9744/jmk.6.2.pp.123-136.
- [22] M. Bahrudin and S. Zuhro, "Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan," *BISNIS J. Bisnis dan Manaj. Islam*, vol. 3, no. 1, p. 1, 2016, doi: 10.21043/bisnis.v3i1.1463.
- [23] L. Felicia, "Pengaruh E-Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek Melalui Kepuasan Pelanggan," *Agora*, vol. 4, no. 2, pp. 95–100, 2016.
- [24] D. Munandar, "Pengaruh Customer Relationship Management terhadap Loyalitas Pelanggan Bisnis PT. Frisian Flag Indonesia di Kota Bandung," *Maj. Ilm. UNIKOM*, vol. 7, no. 1, pp. 105–112, 2017.

JURNAL MEDIA INFORMATIKA BUDIDARMA

Volume 6, Nomor 2, April 2022, Page 917-922

ISSN 2614-5278 (media cetak), ISSN 2548-8368 (media online)

Available Online at <https://ejurnal.stmik-budidarma.ac.id/index.php/mib>

DOI: 10.30865/mib.v6i2.3531



- [25] E. Ferrinadewi, "Upaya Mencapai Loyalitas Konsumen Dalam Perspektif Sumber Daya Manusia," *J. Manaj. dan Kewirausahaan (Journal Manag. Entrep.)*, vol. 6, no. 1, pp. 15–26, 2004, doi: 10.9744/jmk.6.1.pp.15-26.
- [26] I. Afrianto, "Tujuan, Manfaat dan Ruang Lingkup Penelitian."
- [27] P. C. Chesanti and R. Setyorini, "Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Sebagai Pengguna Aplikasi Pln Mobile," *J. Penelit. Pendidik.*, vol. 18, no. 1, pp. 10–17, 2018, doi: 10.17509/jpp.v18i1.11064.
- [28] B. A. D. S. dan N. Azizah, "PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN ENJOYMENT TERHADAP REPEAT USAGE E-WALLET GOPAY MELALUI TRUST PADA GENERASI MILENIAL DI SURABAYA Bela," vol. 2, no. 2, pp. 183–202, 2021, [Online]. Available: <https://emea.mitsubishielectric.com/ar/products-solutions/factory-automation/index.html>.
- [29] U. Faizah, "PENELITIAN SURVEI DALAM PEMBELAJARAN DAN PENGAJARAN BAHASA INGGRIS," *Japanese Soc. Biofeedback Res.*, vol. 19, no. 5, pp. 463–466, 1992.
- [30] D. Apriliawati, "Diary Study sebagai Metode Pengumpulan Data pada Riset Kuantitatif: Sebuah Literature Review," *J. Psychol. Perspect.*, vol. 2, no. 2, pp. 79–89, 2020, doi: 10.47679/jopp.022.12200007.
- [31] F. Harliansyah, "Metode Pengumpulan Data Penelitian Kualitatif," pp. 1–4.
- [32] Abdul gofur, A. C. P., and A. Budianto, "PENGARUH CELAH FIN, SUDUT KEMIRINGAN FIN DAN CELAH SUDU TERHADAP KINERJA TURBIN ANGIN SAVONIUS TYPE V."
- [33] P. Ipa and S. Di, "EFFECT SIZE PADA PENGUJIAN HIPOTESIS," 2017.
- [34] D. Cahyawati, H. Tabuji, and R. Abdiati, "Efektivitas Metode Regresi Robust Penduga Welsch dalam Mengatasi Penciran pada Pemodelan Regresi Linear Berganda," *J. Penelit. Sains*, vol. 12, no. 1, pp. 1–7, 2009.
- [35] B. I. Sappaile, "Validitas dan Reliabilitas Tes yang Memuat Butir Dikotomi dan Politomi," *J. Ilmu Pendidik. Lemb. Penelit. UNJ*, vol. 24, no. Januari, pp. 99–107, 2005.
- [36] T. Fukuda, K. I. Baba, and S. Shimojo, "Network design for contention avoidance in optical broadcast network," *2012 Int. Conf. Photonics Switch. PS 2012*, 2012.
- [37] Y. Suharsono and Istiqomah, "Validitas Dan Reliabilitas Skala Self-Efficacy," *J. Ilm. Psikol. Terap.*, vol. 2, no. 1, pp. 144–151, 2014, [Online]. Available: <http://202.52.52.22/index.php/jipt/article/download/1776/1864>.
- [38] F. Yusup, "Uji Validitas dan Reliabilitas," *J. Tarb. J. Ilm. Kependidikan*, vol. 7, no. 1, pp. 17–23, 2018, [Online]. Available: <https://jurnal.uin-antasari.ac.id/index.php/jtjik/article/download/2100/1544>.
- [39] F. Yanti and E. Yanti, "Pengaruh Pengawasan, Kerjasama Tim Dan Penempatan Kerja Terhadap Prestasi Kerja Pegawai Pada Pt. Bank Perkreditan Rakyat ...," *J. Manaj.*, 2017, [Online]. Available: <http://jurnal.unpal.ac.id/index.php/jm/article/view/60>.
- [40] H. M. Zhang, L. S. Peh, and Y. H. Wang, "Servo motor control system and method of auto-detection of types of servo motors," *Appl. Mech. Mater.*, vol. 496–500, no. 1, pp. 1510–1515, 2014, doi: 10.4028/www.scientific.net/AMM.496-500.1510.

Artikel

ORIGINALITY REPORT



PRIMARY SOURCES

- | | | |
|---|---|----|
| 1 | Submitted to Universitas Bina Sarana Informatika | 6% |
| 2 | eprints.umm.ac.id | 2% |
| 3 | jurnal.fe.umi.ac.id | 2% |
| 4 | 123docz.net | 1% |
| 5 | Submitted to Universitas Respati Indonesia | 1% |
| 6 | ejournal.unsri.ac.id | 1% |
| 7 | 123dok.com | 1% |
| 8 | digilibadmin.unismuh.ac.id | 1% |
| 9 | Denisa Apriliawati. "Diary Study sebagai Metode Pengumpulan Data pada Riset | 1% |
- 1 Submitted to Universitas Bina Sarana Informatika 6%
2 eprints.umm.ac.id 2%
3 jurnal.fe.umi.ac.id 2%
4 123docz.net 1%
5 Submitted to Universitas Respati Indonesia 1%
6 ejournal.unsri.ac.id 1%
7 123dok.com 1%
8 digilibadmin.unismuh.ac.id 1%
9 Denisa Apriliawati. "Diary Study sebagai Metode Pengumpulan Data pada Riset 1%

Kuantitatif: Sebuah Literature Review", Journal of Psychological Perspective, 2020

Publication

10	Submitted to Binus University International Student Paper	1 %
11	docplayer.hu Internet Source	1 %
12	doku.pub Internet Source	1 %

Exclude quotes On

Exclude bibliography On

Exclude matches < 1%