

DETERMINANTS OF USER LOYALTY: A REVIEW OF USER SATISFACTION, SYSTEM QUALITY, INFORMATION QUALITY, AND SERVICE QUALITY (A STUDY OF USERS OF MAXIM ONLINE TRANSPORTATION APPLICATION IN MALANG CITY)

DETERMINAN LOYALITAS PENGGUNA: TINJAUAN DARI ASPEK KEPUASAN PENGGUNA, KUALITAS SISTEM, KUALITAS INFORMASI, DAN KUALITAS LAYANAN (STUDI PADA PENGGUNA APLIKASI TRANSPORTASI ONLINE MAXIM DI KOTA MALANG)

Salimatul Fikriyah¹, Amma Fazizah²

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Yudharta
Pasuruan^{1,2}

salimatulf678@gmail.com¹, ammafazizah@yudharta.ac.id²

ABSTRACT

The purpose of this study is to explore the factors that influence user loyalty toward the Maxim online motorcycle taxi application in Malang. The study assesses elements such as user satisfaction, system quality, information quality, and service quality. In the Indonesian context, online transportation services are growing rapidly, and competition among providers like Gojek, Grab, and Maxim is becoming increasingly intense. Therefore, understanding the elements that drive user loyalty is essential for Maxim's business sustainability. This research adopts a quantitative approach using a correlational method. Data were collected by distributing questionnaires to active users of the Maxim application in Malang. To analyze the data, multiple linear regression was used to determine the relationships between independent and dependent variables. The findings indicate that user satisfaction, along with system, information, and service quality, significantly influences user loyalty toward the Maxim application. User satisfaction serves as a mediating variable that strengthens the relationship between system quality, information quality, and service quality with user loyalty. These results suggest that improving system quality, information reliability, and service performance can enhance user satisfaction and ultimately increase their loyalty.

Keywords: User Satisfaction, System Quality, Information Quality, Service Quality, Online Transportation, Maxim.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi kesetiaan pengguna aplikasi ojek online Maxim di Malang. Penelitian ini menilai elemen kepuasan pengguna, kualitas sistem, informasi, dan layanan. Dalam konteks Indonesia, layanan transportasi online tumbuh pesat dan persaingan antara penyedia seperti Gojek, Grab, dan Maxim menjadi semakin kompetitif. Oleh karena itu, penting untuk memahami elemen-elemen yang mendukung loyalitas pengguna agar bisnis Maxim dapat bertahan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode korelasional. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada pengguna aktif aplikasi Maxim di Malang. Untuk menganalisis data, digunakan regresi linier berganda untuk menentukan hubungan antara variabel independen dan dependen. Temuan dari penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pengguna, serta kualitas sistem, informasi, dan layanan, secara signifikan mempengaruhi kesetiaan pengguna aplikasi Maxim. Kepuasan pengguna dijadikan mediator yang memperkuat hubungan antara kualitas sistem, informasi, dan layanan dengan kesetiaan pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa meningkatkan kualitas sistem, keandalan informasi, dan layanan yang lebih baik dapat meningkatkan kepuasan pengguna dan pada akhirnya meningkatkan loyalitas mereka.

Kata Kunci: Kepuasan Pengguna, Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kualitas Layanan, Transportasi Online, Maxim.

PENDAHULUAN

Saat ini, sektor transportasi telah beralih ke platform online dengan memanfaatkan inovasi internet untuk

menyajikan layanan. Hal ini mencakup proses pemesanan, pembayaran, penilaian layanan, dan lebih banyak lagi. Tujuan dari layanan transportasi online

ini adalah untuk membantu semua kalangan masyarakat dalam menjalani berbagai aktivitas sehari-hari. Transportasi online umumnya memanfaatkan aplikasi di smartphone dan menggunakan teknologi internet untuk operasionalnya. Aplikasi ini berfungsi sebagai jembatan antara pengguna dan penyedia layanan, memudahkan mereka dalam mendapatkan berbagai layanan dan jasa yang dibutuhkan (Salpitri et al., 2023).

Layanan ojek online di Indonesia telah menjadi bagian dari perubahan besar dalam bidang transportasi dan ekonomi digital. Sejak pertama kali muncul, OJOL telah mengubah cara orang melakukan perjalanan, memberikan kemudahan, kenyamanan, dan penghematan waktu dibandingkan transportasi tradisional. Layanan ini tidak hanya memberikan solusi bagi penduduk kota yang membutuhkan mobilitas cepat, tapi juga membuka peluang kerja bagi jutaan mitra pengemudi yang mencari cara mendapatkan penghasilan yang fleksibel. Persaingan antara penyedia layanan OJOL seperti Gojek, Grab, dan Maxim semakin sengit, masing-masing berusaha memberikan fitur baru, promosi menarik, serta layanan tambahan seperti pengiriman barang dan pengantaran makanan.

Kualitas sistem untuk aplikasi berbasis teknologi informasi memainkan peran penting dalam menentukan loyalitas pengguna. Model keberhasilan Sistem Informasi menurut (Ta'arufi, 2018) mengkonfirmasi bahwa kualitas sistem, seperti kecepatan akses, navigasi sederhana dan stabilitas aplikasi, dan kepuasan pengguna, pada akhirnya meningkatkan loyalitas. Dalam aplikasi Maxim, kualitas sistem mencakup keandalan aplikasi dalam urutan pemrosesan, respon aplikasi saat

digunakan, dan akses mudah ke pengguna.

Kualitas informasi juga merupakan faktor yang mempengaruhi loyalitas pengguna. Menurut (Sari., 2022) menunjukkan bahwa informasi yang benar, relevan, dan mudah dipahami dalam sistem meningkatkan kepercayaan pengguna dalam layanan. Dalam konteks Maxim, kualitas informasi mencakup transparansi dalam tarif perjalanan, perkiraan waktu perjalanan yang akurat, dan informasi pengemudi yang lengkap dan andal. Informasi yang jelas dan akurat meningkatkan kepercayaan pengguna dalam penggunaan aplikasi yang berulang.

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Ta'arufi, 2018) Menunjukkan bahwa Kualitas sistem berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pengguna. Juga disebutkan dalam penelitian (SHELEMO, 2023) yang menyatakan bahwa Kualitas sistem berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pengguna. Namun pada penelitian ini dibedakan pada variabel yang memediasi keduanya, pada penelitian ini kedua variabel diteliti dengan menggunakan Kepuasan Pengguna.

(Ta'arufi, 2018) Dalam penelitiannya menyatakan bahwa Kualitas Informasi berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pengguna. Juga disebutkan dalam penelitian (Natalia & Br Ginting, 2018) yang menyatakan bahwa Kualitas Informasi berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pengguna. Pada penelitian ini, kedua studi menggunakan variabel mediasi yang serupa.

Industri transportasi berbasis aplikasi di Indonesia mengalami perkembangan pesat, termasuk di Malang. Salah satu layanan yang banyak digunakan adalah Maxim, yang bersaing

dengan platform lain dalam menarik dan mempertahankan pelanggan.

Maxim merupakan transportasi online yang bisa terbilang baru di Indonesia. Maxim sendiri sudah ada sejak tahun 2003 lalu. Namun, dulunya maxim hanya sebuah layanan aplikasi taksi di kota Chardinsk yang terletak di pengunungan Ural Rusia. Di Indonesia maxim pertama kali beroperasi pada tahun 2018 membuka kantor pusat di Jakarta di bawah bendera PT Teknologi Perdana Indonesia. Seiring dengan berjalannya waktu layanan transportasi online merambah ke kota-kota di Indonesia. Dilansir dari Uzone.id pada bulan Januari 2022, dalam cakupan geografisnya, layanan beroperasi di lebih dari 1.000 kota di dunia. (Banggoi et al., 2023).

Maxim di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Tercatat pada akhir tahun 2019, ada peningkatan sebanyak 31 kali lipat dari jumlah pengguna dari tahun sebelumnya. Menginjak kuartal 2 tahun 2020, pengguna aplikasi layanan Maxim yang aktif bertambah lebih dari 2.000.000 pengguna. Tentunya laju pertumbuhan pengguna ini diraih bukan tanpa alasan. Lantas apa saja yang menarik dari aplikasi Maxim di tahun ini?. Di tahun 2020, Maxim menambah 2 layanan terbarunya yaitu Maxim Food & Shop dan Maxim Cleaning. Layanan Food&Shop resmi diluncurkan pada bulan Maret 2020. Berusaha untuk menjawab kebutuhan pengguna dikala pandemi, layanan ini diciptakan agar pengguna Maxim bisa berbelanja tanpa harus keluar rumah. Selanjutnya di bulan Mei 2020, Maxim meluncurkan layanan Cleaning.

Objek Penelitian ini adalah Pengguna aplikasi ojek online Maxim di Malang. Aplikasi ini adalah salah satu layanan transportasi yang berkembang pesat dan semakin diminati masyarakat

karena tarifnya yang bersaing. Dalam situasi persaingan yang ketat dengan layanan lain seperti Gojek dan Grab, menjaga loyalitas pengguna menjadi tantangan utama bagi Maxim.

Pemilihan Kota Malang sebagai lokasi telah melalui beberapa pertimbangan. Pertama, Malang dikenal sebagai kota pendidikan dan wisata dengan tingkat mobilitas yang tinggi, sehingga layanan transportasi online banyak digunakan. Kedua, jumlah pengguna Maxim kian bertambah di kota ini, menjadikannya tempat yang sesuai untuk mengumpulkan data yang relevan dan mewakili. Ketiga, hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan praktis bagi strategi perusahaan dalam mempertahankan serta meningkatkan loyalitas pelanggan. Keunggulan penelitian ini terletak pada analisis menyeluruh terhadap empat aspek krusial dalam layanan digital yang berkontribusi terhadap loyalitas pengguna, dengan menggunakan metode kuantitatif yang mendetail. Namun, terdapat batasan karena penelitian ini hanya terfokus pada satu penyedia layanan dan satu kota, yang dapat membatasi luasnya generalisasi hasil. Meskipun demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman strategis untuk Maxim dalam meningkatkan pengalaman pengguna dan memperkuat keunggulan kompetitif melalui sistem, informasi, dan layanan yang berkualitas tinggi.

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki bagaimana Kepuasan Pengguna berfungsi dalam menghubungkan Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan dengan Loyalitas Pengguna dari aplikasi ojek online Maxim yang ada di Kota Malang. Dalam hal ini, kepuasan pengguna menjadi elemen penting yang memiliki kemampuan untuk

memperkuat atau mengurangi pengaruh kualitas layanan dan sistem terhadap loyalitas pengguna. Penelitian ini juga menekankan pada cara pengalaman pengguna saat menggunakan aplikasi Maxim, yang meliputi kemudahan akses, keandalan informasi, dan kualitas layanan dari mitra pengemudi, bisa memengaruhi keputusan mereka untuk terus memakai layanan tersebut. Dengan begitu, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan yang bermanfaat untuk pengembangan strategi dalam layanan transportasi online yang lebih baik dalam meningkatkan retensi pelanggan dan daya saing di pasar ojek online.

Dari uraian di atas penulis menyimpulkan bahwa kualitas layanan yang ditawarkan oleh aplikasi Maxim memiliki peran penting dalam menciptakan kepuasan dan loyalitas di kalangan penggunanya. Layanan yang berkualitas tinggi meliputi profesionalisme dari para pengemudi, ketepatan waktu, keamanan, kenyamanan, serta kemampuan dalam menanggapi keluhan pengguna. Selain itu, kejelasan tarif dan kemudahan akses layanan juga merupakan hal penting yang mendukung pengalaman positif. Jika Maxim dapat mempertahankan dan meningkatkan standar layanannya, kepuasan pengguna akan menjadi lebih baik, yang pada gilirannya akan meningkatkan loyalitas serta mendorong pengguna untuk memberikan rekomendasi positif kepada orang lain.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepuasan pengguna, kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan terhadap loyalitas pengguna aplikasi ojek online Maxim di Malang.

METODE

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah kuantitatif dengan pendekatan korelasional. Menurut Sugiyono (2017, hlm 14) pengertian metode kuantitatif adalah: Metode kuantitatif merupakan suatu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, serta digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data tersebut menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya. Untuk mengumpulkan data, peneliti menggunakan instrumen penelitian yang sesuai. Analisis data yang dipakai bersifat kuantitatif dan berfungsi untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya. Jadi, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara Kepuasan Pengguna, Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan terhadap loyalitas pengguna ojek online yang menggunakan aplikasi maxim di kota Malang.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Malang, Indonesia. Fokus penelitian ini adalah pada pengguna aplikasi ojek online Maxim. Partisipan dalam penelitian ini adalah pengguna aktif yang telah menggunakan layanan Maxim minimal tiga kali dalam sebulan terakhir.

Populasi

Menurut (Adolph, 2016) Populasi merupakan suatu area generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek. Objek atau subjek ini memiliki sifat dan karakteristik spesifik yang ditentukan oleh peneliti untuk diteliti, lalu diambil kesimpulannya.

Dalam penelitian ini, populasi pada penelitian ini adalah Pengguna Transportasi Online Maxim yang

berdomisili di kota Malang dan secara aktif menggunakan Layanan Maxim, baik layanan *Bike*, *Car*, ataupun pengantaran barang. Namun jumlah pastinya tidak di ketahui. dimana responden dipilih secara acak berdasarkan siapa yang tersedia saat penelitian berlangsung.

Sampel

Menurut (Firmansyah & Dede, 2022) Sampel adalah kelompok elemen yang peneliti selidiki secara langsung. Sampling berkaitan dengan pemilihan subset individu dari dalam suatu populasi untuk memperkirakan karakteristik seluruh populasi. Secara umum, teknik pengambilan sampel dikategorikan menjadi probability sampling dan non-probability sampling. Karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, penelitian ini menggunakan metode non-probability sampling dengan teknik *Purposive sampling*.

Teknik Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik *Purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang di tentukan oleh peneliti. Metode ini dipilih karena tidak semua pengguna transportasi Online di kota malang relevan sebagai responden, hanya mereka memenuhi syarat tertentu yang di anggap mampu memeberikan informasi yang sesuai dengan tujuan peneliti. Oleh karena itu, kriteria yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah:

1. Responden adalah orang yang menggunakan aplikasi Layanan online Maxim.
2. Menjadi pengguna aktif aplikasi Maxim minimal 3 kali dalam 3 bulan terakhir.
3. Berusia minimal 17 tahun, dan mampu memahami serta mengisi kuesioner penelitian.

Setelah dikriteria, jumlah sampel ditentukan dan dihitung menggunakan rumus Lemeshow (1997). Rumus Lemeshow digunakan ketika jumlah populasi tidak diketahui. Berikut perhitungan menggunakan rumus Lemeshow (1997):

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

z = Nilai Standart = 1,96

p = Maksimal estimasi atau populasi yang tidak di ketahui = 50% = 0,5

d = Alpha (0,10) atau sampling error = 10%

Berdasarkan rumus Lemeshow di atas, maka berikut cara menentukan jumlah sampelnya:

Diketahui :

Z = 1,96

P = 50% = 0,10

Di cari jumlah sampel?

$$\begin{aligned} n &= \frac{z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{d^2} \\ &= \frac{(1,96) \cdot 0,5 \cdot (1-0,5)}{(0,10)^2} \\ &= \frac{3,8416 \cdot 0,5 \cdot (0,5)}{0,1} \\ &= \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01} \\ &= \frac{0,9604}{0,01} \\ &= 96,04 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan diatas, dapat diketahui bahwa jumlah sampel sebesar 96. Angka tersebut dibulatkan menjadi 100. Jadi jumlah sampel yang dibutuhkan yaitu 100 responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Uji Analisis Data

Uji validitas

Berdasarkan pengujian Validitas dengan menggunakan metode korelasi person pada penelitian ini, nilai r hitung untuk item Kepuasan Pengguna Kualitas

Sistem, Kualitas Informasi, Kualitas Layanan, dan Loyalitas Pengguna lebih besar dari 0,05 dan r tabel. Sampel yang terkumpul sebanyak 100 pada tingkat signifikansi 5% dan distribusi nilai r tabel, di peroleh nilai r tabel sebesar 0,195. Oleh karena itu, dapat di simpulkan bahwa item- item dari

variabel Kepuasan Pengguna Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kualitas Layanan, dan Loyalitas Pengguna di anggap Valid. Uji validitas ini di lakukan menggunakan Aplikasi SPSS 25.

Hasil uji dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R hitung	Sig	Keterangan
Kualitas Sistem (X1)	X1.1	0,691	0,000	Valid
	X1.2	0,685	0,000	Valid
	X1.3	0,706	0,000	Valid
	X1.4	0,688	0,000	Valid
	X1.5	0,770	0,000	Valid
Kualitas Informasi (X2)	X2.6	0,622	0,000	Valid
	X2.7	0,745	0,000	Valid
	X2.8	0,701	0,000	Valid
	X2.9	0,636	0,000	Valid
	X2.10	0,636	0,000	Valid
Kualitas Layanan (X3)	X3.11	0,821	0,000	Valid
	X3.12	0,714	0,000	Valid
	X3.13	0,760	0,000	Valid
	X3.14	0,648	0,000	Valid
	X3.15	0,532	0,000	Valid
Loyalitas Pengguna (Y)	Y1	0,824	0,000	Valid
	Y2	0,766	0,000	Valid
	Y3	0,769	0,000	Valid
	Y4	0,664	0,000	Valid
	Y5	0,492	0,000	Valid
Kepuasan Pengguna (Z)	Z1	0,790	0,000	Valid
	Z2	0,804	0,000	Valid
	Z3	0,716	0,000	Valid
	Z4	0,665	0,000	Valid

Sumber: data primer (2025)

Uji Realiabilitas

Menurut Ghazali (2013) menyatakan bahwa pengujian ini dilakukan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel suatu konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Berdasarkan hasil Uji Reliabilitas pada item- item Kepuasan Pengguna Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kualitas Layanan, dan Loyalitas Pengguna diperoleh nilai alpha Cronbach's yang lebih besar dari 0,60. Oleh karena itu, dapat di simpulkan bahwa Variabel Kepuasan Pengguna Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kualitas Layanan, dan Loyalitas Pengguna di anggap reliabel. . Uji

validitas ini di lakukan menggunakan Aplikasi SPSS 25.

Tabel 2. Rangkuman Hasil Reliabilitas

No.	Variabel	Nilai Cronbach's	Keterangan
1.	Kualitas Sistem(X1)	0,914 > 0,60	Reliabel
2.	Kualitas Informasi (X2)	0,906 > 0,60	Reliabel
3.	Kualitas Layanan (X3)	0,891 > 0,60	Reliabel
4.	Loyalitas Pengguna (Y)	0,941 > 0,60	Reliabel
5.	Kepuasan Pengguna (Z)	0,864 > 0,60	Reliabel

Sumber : Data primer (2025)

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

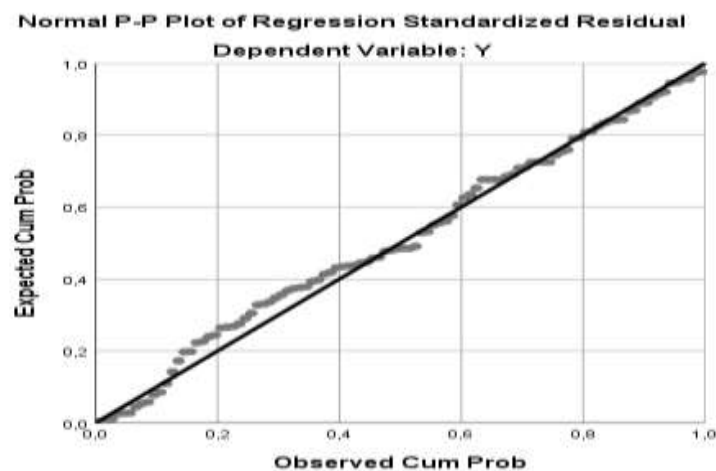
Uji normalitas digunakan untuk memeriksa apakah data yang digunakan dalam analisis parametrik mengikuti asumsi distribusi normal. Teknik yang digunakan untuk uji normalitas adalah dengan melihat output SPSS pada histogram display normal curve dan scatterplot normal P-P *Plot of Regression Standardized Residual*, dengan ketentuan untuk histogram display normal curve bentuk kurva seperti lonceng terbalik serta simetris. Sedangkan pada *scatterplot normal P-P*

Plot of Regression Standardized Residual, bulatan bulatan kecil pada gambar terlihat sejajar dan mengikuti garis diagonal (Nusron, 2018).

Serta menggunakan metode Kormogolov-Smirnov dengan bantuan alat uji SPSS, dengan pedoman sebagai berikut:

1. jika nilai Asymp. sig. > 0,05, maka data berdistribusi normal
2. jika nilai Asymp. sig. < 0,05, maka data tidak berdistribusi normal

Hasil pengujian Normalitas sebagai berikut:



Gambar 1. P-P Plot of Regression Standardized Residual

Sumber: data di olah (2025)

Berdasarkan gambar *P-P Plot of Regression Standardized Residual* pada gambar 1, dapat di lihat bahwa titik – titik menyebar di sekitar atau di dekat

garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal yang menunjukkan bahwa model regresi tersebut memiliki distribusi normal.

Tabel 3. Kormogolov-Smirnov

Unstandardized Residual	Keterangan
-------------------------	------------

Asymp Sig. (2-tailed)	0,200	Normal
------------------------------	-------	--------

Sumber: data primer (2025)

Berdasarkan hasil Uji Normalitas dengan menggunakan SPSS, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi Asymp. Sig (2 – tailed) sebesar $0,200 > 0,05$, maka dapat disimpulkan data terdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Dasar untuk menguji multikolinearitas adalah dengan

memeriksa nilai tolerance. Jika nilai tolerance lebih besar dari 0,10, dapat disimpulkan bahwa multikolinearitas tidak terjadi. Sedangkan untuk nilai VIF, jika nilainya kurang dari 10,00, maka multikolinearitas juga tidak ada. Hasil dari pengujian multikolinearitas dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 5. Rangkuman Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
X1	$0,843 > 0,10$	$1,187 < 10,00$	Tidak Terjadi Multikolinearitas
X2	$0,872 > 0,10$	$1,146 < 10,00$	Tidak Terjadi Multikolinearitas
X3	$0,872 > 0,10$	$1,147 < 10,00$	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Z	$0,928 > 0,10$	$1,1078 < 10,00$	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Sumber: data primer (2025)

Dari hasil uji multikolinearitas di atas, didapatkan bahwa nilai dari tolerance dan VIF memenuhi syarat. Untuk rangkuman hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel 5.

Berdasarkan hasil dari pengujian heteroskedastisitas yang dilakukan dengan Glejser Test, diperoleh bahwa setiap variabel memiliki nilai signifikansi yang memenuhi kriteria, yaitu Hasil Uji Heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel 6.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 6. Rangkuman Uji Heteroskedastisitas Glejser Test

Variabel	Nilai Signifikansi	Keterangan
X1	$0,885 > 0,05$	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
X2	$0,35 > 0,05$	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
X3	$0,241 > 0,05$	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Z	$0,13 > 0,05$	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber: data primer (2025)

Uji Linearitas

Uji Linearitas pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antar Variabel Independen dengan Variabel dependen itu linier atau tidak, hubungan linier dapat bersifat positif (searah) atau pun negatif (tidak searah).

Metode pengambilan keputusan untuk menguji linearitas dapat dilakukan dengan cara berikut:

- Apabila nilai *Deviation from linearity Sig.* lebih dari 0,05, maka terdapat

hubungan linear yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen.

- Apabila nilai *Deviation from linearity Sig.* kurang dari 0,05, maka tidak ada hubungan linear yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen.

Adapun untuk menentukan apakah dua variabel memiliki hubungan linear yang signifikan. Berikut hasil dari analisis linearitas menggunakan SPSS

dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 7.

Tabel 7. Rangkuman hasil uji linearitas

Variabel Dependen	Variabel Independen	Berdasarkan Nilai Sig.	Keterangan
Loyalitas Pengguna (Y)	Kualitas Sistem (X1)	0,008 > 0,05	Linear Secara Signifikan
Loyalitas Pengguna (Y)	Kualitas Informasi (X2)	0,510 > 0,05	Linear Secara Signifikan
Loyalitas Pengguna (Y)	Kualitas Layanan (X3)	0,135 > 0,05	Linear Secara Signifikan
Loyalitas Pengguna (Y)	Kepuasan Pengguna (Z)	0,232 > 0,05	Linear Secara Signifikan

Sumber: data primer (2025)

Pada tabel di atas dapat diketahui bahwa signifikansi pada variabel dependen Loyalitas Pengguna (Y) dengan variabel (Kualitas Sistem (X1)) memiliki nilai linearity sebesar 0,008. Dikarenakan signifikansi lebih dari 0,05 jadi hubungan antara variabel Kualitas Sistem dengan variabel Loyalitas Pengguna dinyatakan linear.

Pada tabel di atas dapat diketahui bahwa signifikansi pada variabel Loyalitas Pengguna (Y) dengan variabel Kualitas Informasi (X2) memiliki nilai linearity sebesar 0,510. Dikarenakan signifikansi lebih dari 0,05 jadi hubungan antara variabel Kualitas Sistem dengan variabel Loyalitas Pengguna dinyatakan linear.

Pada tabel di atas dapat diketahui bahwa signifikansi pada variabel Loyalitas Pengguna (Y) dengan variabel Kualitas Layanan (X3) memiliki nilai linearity sebesar 0,135. Dikarenakan signifikansi lebih dari 0,05 jadi hubungan antara variabel Kualitas Sistem dengan variabel Loyalitas Pengguna dinyatakan linear.

Pada tabel di atas dapat diketahui bahwa signifikansi pada variabel

Loyalitas Pengguna (Y) dengan variabel Kepuasan Pengguna (Z) memiliki nilai linearity sebesar 0,232. Dikarenakan signifikansi lebih dari 0,05 jadi hubungan antara variabel Kualitas Sistem dengan variabel Loyalitas Pengguna dinyatakan linear.

Uji Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Koefisien Analisis Jalur Model 1 (Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pengguna)

Analisis Jalur merupakan perluasan dari Analisis Regresi. Analisis jalur bertujuan untuk mengetahui pengaruh tidak langsung yang diberikan oleh variabel independen melalui variabel intervening terhadap variabel dependen. Dalam *Path Analysis* ada 3 variabel yang digunakan, yaitu Independen, Dependen dan Intervening. Interpretasi koefisien jalur model (1) pengaruh langsung antara variabel Kualitas Sistem (X1), Kualitas Informasi (X2) dan Kualitas Layanan (X3) terhadap Loyalitas Pengguna (Y).

Tabel 8. Hasil Analisis Jalur Model 1

Variabel	Koefisien jalur (Beta)	t-hitung	p-value	Keterangan
Kualitas Sistem	0,344	3,787	0,000	Signifikan
Kualitas Informasi	0,391	4,394	0,000	Signifikan
Kualitas Layanan	0,386	4,404	0,000	Signifikan
R Square		0,300		

Sumber: Data Primer (2025)

Tabel 8 diatas menunjukkan bahwa perhitungan statistika pengaruh Kualitas Sistem (X1) terhadap Loyalitas Pengguan (Y) memiliki t-hitung sebesar 3,787 dengan P-value 0,000 dan koefisiensi jalur (Beta) sebesar 0,344. Dikarenakan t-hitung > t-tabel (3,787 > 1,660) dan nilai probability lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 (0,000 < 0,05) maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Sistem (X1) berpengaruh secara positif signifikan terhadap Loyalitas Pengguan (Y).

Hasil perhitungan statistika pengaruh Kualitas Informasi (X2) terhadap Loyalitas Pengguan (Y) memiliki t-hitung sebesar 4,394 dengan P-value 0,000 dan koefisiensi jalur (Beta) sebesar 0,391. Dikarenakan t-hitung > t-tabel (4,394 > 1,660) dan nilai probability lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 (0,000 < 0,05) maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Informasi (X2) berpengaruh secara positif signifikan terhadap Loyalitas Pengguan (Y).

Hasil perhitungan statistika pengaruh Kualitas Layanan(X3) terhadap Loyalitas Pengguan (Y) memiliki t-hitung sebesar 4,404 dengan

P-value 0,000 dan koefisiensi jalur (Beta) sebesar 0,386. Dikarenakan t-hitung > t-tabel (4,404 > 1,660) dan nilai probability lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 (0,000 < 0,05) maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Layanan (X3) berpengaruh secara positif signifikan terhadap Loyalitas Pengguan (Y).

Kesimpulan dari hasil uji kedua variabel pada model 1 yaitu hasil koefisien dari variabel independen pada model 1 berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen dengan nilai dignifikansi yang dihasilkan kurang dari 0,05 dan nilai $e1 = \sqrt{1 - 0,300} = 0,8367$.

Koefisien Analisis Jalur Model 2 (Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi ,Kualitas Layanan dan Loyalitas Pengguna terhadap Kepuasan Pengguna)

Analisis jalur dilakukan pada persamaan kedua digunakan untuk menganalisis pengaruh langsung antara variabel Kualitas Sistem (X1) Kualitas Informasi(X2), Kualitas Layanan (X3) dan Loyalitas Pengguna(Y) terhadap Kepuasan Pengguna (Z).

Tabel 9. Hasil Aanalisis Jalur Model II

Variabel	Koefisien jalur (Beta)	t-hitung	p-value	Keterangan
Kualitas Sistem	0,280	3,263	0,000	Signifikan
Kualitas Informasi	0,168	2,254	0,000	Signifikan
Kualitas Layanan	0,300	2,991	0,000	Signifikan
Loyalitas Pengguna	0,312	3,450	0,000	Signifikan
R Square		0,489		

Sumber: Data Primer(2025)

Tabel 9 diatas menunjukkan bahwa perhitungan statistika pengaruh Kualitas Sistem (X1) terhadap Kepuasan Pengguna (Z) memiliki t-hitung sebesar 3,263 dengan P-value 0,000 dan koefisiensi jalur (Beta) sebesar 0,280. Dikarenakan t-hitung > t-tabel (3,263 > 1,660) dan nilai probability lebih kecil dari taraf

signifikansi 0,05 (0,000 < 0,05) maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Sistem (X1) berpengaruh secara positif signifikan terhadap Kepuasan Pengguan (Z).

Hasil perhitungan statistika pengaruh Kualitas Informasi (X2) terhadap Kepuasan Pengguna (Z) memiliki t-hitung sebesar 3,263 dengan

P-value 0,000 dan koefisiensi jalur (Beta) sebesar 0,168. Dikarenakan $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ ($3,263 > 1,660$) dan nilai probability lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Informasi (X2) berpengaruh secara positif signifikan terhadap Kepuasan Pengguna (Z).

Hasil perhitungan statistika pengaruh Kualitas Layanan (X3) terhadap Kepuasan Pengguna (Z) memiliki $t\text{-hitung}$ sebesar 2,991 dengan P-value 0,000 dan koefisiensi jalur (Beta) sebesar 0,300. Dikarenakan $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ ($3,263 > 1,660$) dan nilai probability lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Layanan (X3) berpengaruh secara positif signifikan terhadap Kepuasan Pengguna (Z).

Hasil perhitungan statistika pengaruh Loyalitas Pengguna (Y) terhadap Kepuasan Pengguna (Z) memiliki $t\text{-hitung}$ sebesar 3,450 dengan P-value 0,000 dan koefisiensi jalur (Beta) sebesar 0,312. Dikarenakan $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ ($3,263 > 1,660$) dan nilai probability lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa variabel Loyalitas Pengguna (Y) berpengaruh secara positif signifikan terhadap Kepuasan Pengguna (Z).

$t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ ($3,263 > 1,660$) dan nilai probability lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa variabel Loyalitas Pengguna (Y) berpengaruh secara positif signifikan terhadap Kepuasan Pengguna (Z).

Kesimpulannya hasil koefisien dari semua variabel independen pada model 2 berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen dengan nilai signifikansi yang dihasilkan kurang dari 0,05 dan nilai $e2 = \sqrt{1 - 0,489} = \sqrt{0,511} = 0,7149$.

Uji Hipotesis

Uji t (Parsial)

Uji parsial bertujuan untuk mengetahui bagaimana setiap variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Pengujian dilakukan menggunakan uji t, yang melibatkan pemeriksaan nilai signifikan dari $t\text{-hitung}$. Jika nilai signifikan dari $t\text{-hitung}$ kurang dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen tersebut berpengaruh kepada variabel dependen.

Tabel 10. Hasil pengujian Uji T

Model	Unstandarize d B	Coeffisiens Std.Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig
1. (Constant)	11,621	2,933		3,961	0,000
Kualitas Sitem	0,424	0,112	0,344	3,787	0,000
Kualitas informasi	0,436	0,099	0,391	4,394	0,000
Kualitas layanan	0,445	0,101	0,386	4,404	0,000

a. Dependent Variabel. Loyalitas Pengguna
Sumber: Data Primer(2025)

Dari tabel di atas hasil pengujian parsial (uji-t) di peroleh bahwa:

- Hubungan antara Kualitas Sistem dengan Loyalitas Pengguna
Berdasarkan tabel di atas hasil pengujian parsial (Uji t) hipotesis Kualitas Sistem (X1) di peroleh bahwa Kualitas Sistem(X1) memiliki

pengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pengguna(Y) Aplikasi Maxim di Kota Malang. Pengujian pengaruh variabel Kualitas Sistem(X1) terhadap Loyalitas Pengguna(Y) dapat di ketahui dengan melihat nilai $t\text{-hitung}$ sebesar (3,787) dan tabel t sebesar (1,660)dengan

signifikansi sebesar 0,000. Nilai t hitung besar dari t tabel dan nilai signifikansi yang berada di bawah 0,05 yang menunjukkan adanya pengaruh dari variabel Kualitas Sistem(X1) terhadap Loyalitas Pengguna(Y). Hasil penelitian mendukung hipotesis pertama bahwa Kualitas Sistem(X1) berpengaruh terhadap Loyalitas Pengguna(Y) ojek Online pada aplikasi Maxim di kota malang.

b. Hubungan antara Kualitas Informasi dengan Kualitas Layanan

Berdasarkan tabel di atas hasil pengujian parsial (Uji t) hipotesis Kualitas Informasi (X2) di peroleh bahwa Kualitas Sistem(X1) memiliki pengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pengguna(Y) Aplikasi Maxim di Kota Malang. Pengujian pengaruh variabel Kualitas Sistem(X1) terhadap Loyalitas Pengguna(Y) dapat di ketahui dengan melihat nilai t hitung sebesar 4,394 dan tabel t sebesar 1,660 dengan signifikansi sebesar 0,000. Nilai t hitung besar dari t tabel dan nilai signifikansi yang berada di bawah 0,05 yang menunjukkan adanya pengaruh dari variabel Kualitas Informasi (X2) terhadap Loyalitas Pengguna(Y). Hasil penelitian mendukung hipotesis pertama bahwa Kualitas Informasi(X2) berpengaruh terhadap Loyalitas Pengguna(Y) ojek

Online pada aplikasi Maxim di kota malang.

c. Hubungan anatara Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pengguna

Berdasarkan tabel di atas hasil pengujian parsial (Uji t) hipotesis Kualitas Layanan(X3) di peroleh bahwa Kualitas Layanan(X3) memiliki pengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pengguna(Y) Aplikasi Maxim di Kota Malang. Pengujian pengaruh variabel Kualitas Layanan(X3) terhadap Loyalitas Pengguna(Y) dapat di ketahui dengan melihat nilai t hitung sebesar 4,404 dan tabel t sebesar 1,660 dengan signifikansi sebesar 0,000. Nilai t hitung besar dari t tabel dan nilai signifikansi yang berada di bawah 0,05 yang menunjukkan adanya pengaruh dari variabel Kualitas Layanan(X3) terhadap Loyalitas Pengguna(Y). Hasil penelitian mendukung hipotesis pertama bahwa Kualitas Layanan(X3) berpengaruh terhadap Loyalitas Pengguna(Y) ojek Online pada aplikasi Maxim di kota malang.

Uji Simultan (uji F)

Uji ini digunakan untuk melihat pengaruh masing- masing variabel independen terhadap keputusan pembelian. Uji simultan ini dilakukan dengan cara melihat F-hitung dan Sig.(p-value) dalam ANOVA pada tabel 11 sebagai berikut:

Tabel 11. Hasil Uji F Simultan ANOVA

Model	Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig
1.Regression	145,237	3	48,412	15,113	,000 ^b
Residual	307,513	96	3,203		
Total	452,750	99			

a.Dependent Variable: loyalitas pengguna

b.predictors: (Constant), kualitas layanan, kualitas informasi,kualits sistem

Sumber: Data primer(2025)

Berdasarkan hasil perhitungan di peroleh f-hitung sebesar 15,113 dengan probabilitas 0,000. F-tabel untuk level signifikansi 0,05, *degree of freedom* (df) untuk $df_1 = 3$, $df_2 = 100$ maka F- tabel = 2,70. Maka di peroleh f- hitung (15,113) > F- tabel (2,70). Oleh karena itu, maka hipotesis di terima yaitu Variabel Kualitas Sistem, Kualitas Informasi dan

Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pengguna.

Uji Koefisien Deretminasi (R²)

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen (Kualitas Sistem, Kualitas Informasi dan Kualitas Layanan).

Tabel 12. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std.Error of the Estimate
1.	,640 ^a	,410	,385		1,711

a.predicors: (Constant), kepuasan pengguna, kualitas informasi, kualitas sistem,kualitas layanan.

Sumber: data primer (2025)

Pada tabel di atas terlihat bahwa koefisien determinasi yang di sesuaikan (R Square) sebesar 0,385 memberi peringatan bahwa Variabel Kualitas Sistem, Kualitas Informasi dan Kualitas

Layanan yang terjadi pada Variabel Y (Loyalitas Pengguna) adalah sebesar 38,5% sedangkan sisanya sebesar 61,5% di pengaruhi oleh faktor lain yang tidak di teliti.

Tabel 13. data R Square

No	R Square	Kriteria
1	0% - 25%	Lemah
2	26% - 50%	Sedang
3	51% - 75%	Kuat
4	76% - 100%	Sangat Kuat

Sumber: Ridwan (2015)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan besarnya koefisien determinasi adalah sebesar 38,5% termasuk dalam kategori sedang.

Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji Kualitas Sistem, Kualitas Informasi , Kualitas Layanan dan Kepuasan Pengguna terhadap Loyalitas Pengguna Ojek Online pada Aplikasi Maxim di kota Malang. Berdasarkan hasil Analisis, maka pembahasan tentang hasil penelitian sebagai berikut:

a. Berdasarkan hasil penelitian mendukung hipotesis bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pada Kualitas Sistem terhadap Loyalitas Pengguna di buktikan dengan melihat nilai t-hitung (3,787) > t- tabel

(1,660) dengan signifikan $0,00 < 0,05$. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa Kualitas Sistem berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pengguna ojek online pada aplikasi Maxim.

b. Berdasarkan hasil penelitian mendukung hipotesis bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pada Kualitas Informasi terhadap Loyalitas Pengguna di buktikan dengan melihat nilai t-hitung (4,394) > t- tabel (1,660) dengan signifikan $0,00 < 0,05$. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa Kualitas Informasi berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pengguna ojek online pada aplikasi Maxim.

c. Berdasarkan hasil penelitian mendukung hipotesis bahwa terdapat

pengaruh positif dan signifikan pada Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pengguna di buktikan dengan melihat nilai t -hitung $(4,404) > t$ -tabel $(1,660)$ dengan signifikan $0,00 < 0,05$. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa Kualitas Sistem berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pengguna ojek online pada aplikasi Maxim.

Berdasarkan hasil penelitian mendukung hipotesis bahwa Kepuasan Pengguna, Kualitas Sistem, Kualitas Informasi dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pengguna ojek online pada Aplikasi Maxim di kota Malang berpengaruh Signifikan Secara Bersama-sama. Hal ini di buktikan dengan menunjukkan nilai Uji R $(0,385)$ hal ini memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pengguna, Kualitas Sistem, Kualitas Informasi dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pengguna ojek online pada Aplikasi Maxim di kota Malang sebesar 38, 5% sedangkan sisanya 61,5% adalah variabel yang tidak di teliti dalam penelitian ini.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil analisis data dan pembahasan yang telah di lakukan pada bab sebelumnya mengenai pengaruh Kualitas Sistem(X_1), Kualitas Informasi(X_2), dan Kualitas Layanan(X_3) terhadap Loyalitas Pengguna(Y) melalui Kepuasan Pengguna(Z), maka dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Sistem berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna.
2. Kualitas Informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna.
3. Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna.

4. Kualitas Sistem berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas pengguna.
5. Kualitas Informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas pengguna.
6. Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas pengguna.
7. Kepuasan Pengguna memediasi hubungan antara Kualitas Layanan dan Loyalitas Pengguna juga berpenaruh positif dan signifikan

DAFTAR PUSTAKA

- Azis, A. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Insight Management Journal*, 1(1), 21–25. <https://doi.org/10.47065/imj.v1i1.13>
- Azizah, N. F., Puspakaritas, N. F., Pramesti, V. A., Putri, Y. A. S., & Azizah, N. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan E-Commerce Shopee Terhadap Loyalitas Pengguna Shopee. *JABEISTIK : Jurnal Analitika Bisnis, Ekonomi, Sosial Dan Politik*, 1(1), 56.
- Banggoi, R., Mendo, A. Y., & Asi, L. L. (2023). Analisis Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Online Maxim Untuk Meningkatkan Loyalitas Pengguna Di Kota Gorontalo. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 242–249. <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB>
- Darwati, L. (2022). Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi WETV Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (EUCS). *Jurnal Ilmiah Komputasi*, 21(4), 34–42. <https://doi.org/10.32409/jikstik.21.4.3217>
- Firmansyah, D., & Dede. (2022). Teknik

- Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85–114.
- George Noveril Hibur, Ronald P.C. Fanggidae, Merlyn Kurniawati, Y. R. B. (2020). PENGARUH TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) TERHADAP MINAT BELI DI MARKETPLACE FACEBOOK (STUDI PADA GENERASI MILENIAL DI KOTA KUPANG) The Effect of Technology Acceptance Model on Buying Interest in the Marketplace Facebook (Study on the Millennial Gen. *Glory: Jurnal Ekonomi & Ilmu Sosial*, 169–187.
- Herawati, M., & Mukhsin, M. 2023. Di Provinsi Bengkulu. *BISNIS Dan MANAJEMEN*. 13, 155–165. <http://ejournal.utmj.ac.id/index.php/ekobis>
- Keneq, B. (2020). Penerapan Analisis Jalur (Path Analysis) Terhadap Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Prestasi Belajar Siswa. *Jurnal Diferensial*, 2(2), 129–149.
- Khristianto, W. (2015). Pengaruh kualitas informasi, kualitas sistem dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan dalam melakukan online shopping (Studi Pada Pelanggan Online Shopping di Forum Jual Beli / FJB Kaskus.us Regional Malang). *Publikasi Ilmiah*.
- Layanan, P. P. P. dan P. dalam P. P. dan, Admin, Read, 5 min, & February 27, 2024. (n.d.). *No Title*.
- M., J., Suarni, W. O., & Pambudhi, Y. A. (2024). Kepuasan konsumen dalam Loyalitas Mahasiswa pengguna Maxim. *Jurnal Sublimapsi*, 5(2), 252. <https://doi.org/10.36709/sublimapsi.v5i2.45257>
- Meissy, F. (2019). Pengaruh Disiplin Kerja Dan Fasilitas Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Kedai 27 Di Surabaya. *Jurnal AGORA*, 7(1).
- Natalia, J., & Br Ginting, D. (2018). Analisis Pengaruh Kelengkapan Fitur, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, Persepsi Manfaat terhadap Kepuasan Penggunaan serta Dampaknya terhadap Loyalitas Pengguna Aplikasi Viu. *Media Informatika*, 17(3), 148–164. <https://doi.org/10.37595/mediainfo.v17i3.19>
- Negara, V. P., & Pratomo, D. (2019). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi Dan Kualitas Layanan Her Registrasi Igracias Terhadap Kepuasan Pengguna. *JAF- Journal of Accounting and Finance*, 1(01), 33. <https://doi.org/10.25124/jaf.v1i01.903>
- Nita et al. (2015). Metode Penelitian. *Metodologi Penelitian*, 5(December), 118–138.
- Nugraha, D., Putra, G., & Raharjo, S. T. (2021). Analisis Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Layanan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Loyalitas Pengguna Dengan Kepuasan Pengguna Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna Aplikasi Grab di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 10(6), 1–15. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Nora Anisa Br. Sinulingga, SE. , M. Dr. H. T. S. M. K. (2023). *Perilaku Konsumen* (D. Sitohang, Ed.). IOCS Publisher.

- Oktaviani, A. A., Barokah, S. N., & Salsiyah, S. M. (2019). the Influence of Service Quality on Customer'S Satisfaction At Pt. Sinar Mutiara Cakrabuana. *JOBS (Jurnal Of Business Studies)*, 4(2), 135.
<https://doi.org/10.32497/jobs.v4i2.1495>
- Pokhrel, S. (2024). No TitleEAENH. *Ayan*, 15(1), 37–48.
- Salpitri, R. I., Sari, S., & Indria, I. (2023). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Maxim Dalam Meningkatkan Competitive Advantage Di Kota Bengkulu. *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)*, 2(3), 419–428.
<https://doi.org/10.37676/mude.v2i3.4336>
- Saogo, W. P., & Yanti, S. (2024). *Pengaruh Kualitas Layanan , Kualitas Informasi , dan Presepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Pengguna Aplikasi Pos Aja ! PT . Pos Indonesia Cabang Batam)*. 14(2), 94–107.
- Sari, L., Cut Dwi Gita Subakti, & Renil Septiano. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna Sisten Informasi Akutansi Pada Puskesmas Air Dingin Kota Padang. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(4), 396–404.
<https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i4.963>
- Sayekti, F., & Putarta, P. (2016). Penerapan Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Pengujian Model Penerimaan Sistem Informasi Keuangan Daerah. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan| Journal of Theory and Applied Management*, 9(3), 196–209.
<https://doi.org/10.20473/jmtt.v9i3.3075>
- Septiani, Y., Aribbe, E., & Diansyah, R. (2020). ANALISIS KUALITAS LAYANAN SISTEM INFORMASI AKADEMIK UNIVERSITAS ABDURRAB TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA MENGGUNAKAN METODE SEVQUAL (Studi Kasus : Mahasiswa Universitas Abdurrab Pekanbaru). *Jurnal Teknologi Dan Open Source*, 3(1), 131–143.
<https://doi.org/10.36378/jtos.v3i1.560>
- Setianingrum, H. W. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Kereta Api Commuter Line Jabodetabek pada Stasiun Bogor. *Cakrawala*, XVIII(1), 51–58.
<http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala/article/view/2731/2318>
- SHELEMO, A. A. (2023). No Titleيليب. *Nucl. Phys.*, 13(1), 104–116.
- Suparyanto dan Rosad. (2020). Teknik analisis data. *Suparyanto Dan Rosad (2015)*, 5(3), 248–253.
- Syamsuryadin, S., & Wahyuniati, C. F. S. (2017). Tingkat Pengetahuan Pelatih Bola Voli Tentang Program Latihan Mental Di Kabupaten Sleman Yogyakarta. *Jorpres (Jurnal Olahraga Prestasi)*, 13(1), 53–59.
<https://doi.org/10.21831/jorpres.v13i1.12884>
- Ta'arufi, U. (2018). Pengaruh Kualitas Sistem , Informasi , Pelayanan Rail Ticketing System (RTS) Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pt . Kereta Api Indonesia Daop 6 Yogyakarta Yogyakarta. *Fakultas Ekonomi*, 1–134.
- Wahyuningsih, F., & Rojuaniah. (2023).

- Pengaruh Kualitas Sistem Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Nasabah Aplikasi Mobile Banking Bank Bsi Syariah. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Organisasi*, 2(2), 16–26. <https://doi.org/10.58290/jmbo.v2i2.114>
- Wiliandari, Y. (2019). Kepuasan Kerja Karyawan. *Society*, 6(2), 81–95. <https://doi.org/10.20414/society.v6i2.1475>
- Yakub. (2012). Pengaruh Kualitas Sistem dan Kualitas Informasi terhadap Kepuasan Pengguna di PT. PLN (Persero) Area Malang. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 6(1), 9.
- Yaldi, E., Pasaribu, J. P. K., Suratno, E., Kadar, M., Gunardi, G., Naibaho, R., Hati, S. K., & Aryati, V. A. (2022). Penerapan Uji Multikolinieritas Dalam Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan (JUMANAGE)*, 1(2), 94–102. <https://doi.org/10.33998/jumanage.2022.1.2.89>
- Yudhanto, B., Waloejo, H. D., & Farida, N. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Susuku Café Ungaran). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 142–150. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34203>