

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. 2015. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Adam, Muhammad. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Afriyanti, Sintia, et al. (2018). Studi Strategi Pemasaran Terbaik Berdasarkan Perilaku Konsumen Dalam Menghadapi Persaingan Antar Kedai Kopi Di Jatinangor. Program Studi Agri Bisnis. Fakultas Pertanian Universitas Padjadjaran.
- Akhmadi, M. D. D., & Martini, E. (2020). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Aplikasi Ovo. *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(5), 708-720.
- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji validitas dan reliabilitas tingkat partisipasi politik masyarakat kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8(1), 179-188.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2017). *Principles of Marketing*. 17th red. New York.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka cipta
- Bitner, Zeithaml. (2003). Reassement Of Expectations As A Compaison Standar In Measuring Service Quality: Implication For Futher Reseach. *Journal Of Marketing*. January (58) 111-124.
- Blut, M. (2016). E-service quality: development of a hierarchical model. *Journal of Retailing*, 92(4), 500-517.
- Damayanti, R. S. (2019). Pengaruh online customer review and rating, e-service quality dan price terhadap minat beli pada online marketplace shopee (Studi Empiris Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Magelang). In *UMMagelang Conference Series* (pp. 684-693)
- Djaslim, Saladin. 2003. *Perilaku Konsumen dan Pemasaran Stratejik*. Penerbit CV. Linda Karya, Bandung
- Fadillah, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel 101 Suryakencana Bogor. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*, 1(1), 1-8.
- Faizan Mohsan, 2011. *Impact of Customer Satisfaction on Customer Loyalty and Intentions to Switch: Evidence from Banking Sector of Pakistan*.
- Fandy Tjiptono, 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi III, Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Getut Pramesti, 2016, *Statistika Lengkap Secara Teori dan Aplikasi dengan SPSS 23*, PT. Alex Media Komputindo, Jakarta.
- Handi Irawan. 2008. *Sepuluh Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta. PT. Elex Media Komputindo.
- Haque, M. G. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 21(1), 31-38.

- Hidayati, N. (2021). *Pengaruh E-Service Quality dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Netflix* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Ganesha).
- Indrasari, M. 2019. Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press
- Ivana, I. G. A., Areros, W. A., & Mukuan, D. D. (2021). Pengaruh Produk, Harga, dan E-Service Quality terhadap Kepuasan Konsumen Bors Cafe di Kota Palu. *Productivity*, 2(4), 262-266
- Joko Bagio Santoso, J. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen (Studi Pada Konsumen Geprek Benu Rawamangun).
- Juhria, A., Meinitasari, N., Fauzi, F. I., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh e-service quality terhadap kepuasan pelanggan di aplikasi e-commerce shopee. *Jurnal Manajemen*, 13(1), 55-62
- Kapriani, K., Asmawiyah, A., Thaha, S., & Hariyanti, H. (2021). Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Transportasi *Online Maxim* di Makassar. *Al-Buhuts*, 17 (1), 142-161.
- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Laksita, A. S., & Pradana, M. (2021). Pengaruh Harga Dan E-service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Traveloka Di Yogyakarta. *eProceedings of Management*, 8(5).
- Magdalena, A. (2018). Analisis Antara E-service Quality, E-satisfaction, dan E-loyalty dalam konteks E-commerce BLIBLI. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 5(2).
- Marlizar, M., Agustina, W., Bachtiar, F., & Mukhsinuddin, M. (2021). Effect of Service Quality and Use of E-Service Technology on Customer Loyalty: A Case Study of Maxim in Aceh. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 4(4), 8002-8016.
- Maulana, A. S. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan PT. TOI. *Jurnal Ekonomi Universitas Esa Unggul*, 7(2), 78663.
- Nihayah, A. Z. 2019. Bahan Ajar, Pengolahan Data Penelitian Menggunakan Software SPSS 23.0. Semarang: UIN Walisongo.
- Nurrizal, M. (2015). *Pengaruh e-service quality dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas dengan moderasi persepsi nilai yang dirasakan pelanggan kereta api di Surabaya* (Doctoral dissertation, STIE PERBANAS SURABAYA).

- Pamungkas, T. N., & Adi, S. W. (2022). *Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online (Studi Kasus Pada Beberapa Konsumen Gojek Di Surakarta)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2005). ES-QUAL: A multiple-item scale for assessing electronic service quality. *Journal of service research*, 7(3), 213-233.
- Permana, T., & Puspitaningsih, A. (2021). Studi ekonomi digital di Indonesia. *Jurnal Simki Economic*, 4(2), 161-170.
- Permana, H., & Djatmiko, T. (2018). Analisis pengaruh kualitas layanan elektronik (e-service quality) terhadap kepuasan pelanggan shopee di bandung. *Sosiohumanitas*, 20(2), 64-78.
- Petnji Yaya, L. H., Marimon, F., & Fa, M. C. (2012). Assessing e-service quality: the current state of ES-QUAL. *Total Quality Management & Business Excellence*, 23(11-12), 1363-1378.
- Prastyaningtyas, Efa Wahyu. Dampak ekonomi digital bagi perekonomian indonesia. (2019): 103-108.
- Ramadanty, V. L., Tresnati, R., & Harahap, D. A. (2021). Pengaruh E-Service Quality dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen.
- Safitri, D., & Hayati, A. F. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Jasa *Online* Maxim. *Jurnal Ecogen*, 5(1), 25-36.
- Sari, L., & Tobing, R. P. (2022). PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PENGGUNA SVOD WETV. *JOEL: Journal of Educational and Language Research*, 2(1), 147-160.
- Sari, N. L. P. D. A. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Grosir Tirta Yasa Kecamatan Banjar (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Ganesha).
- Sarwono, J. 2006. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Satriadi, dkk (2021). Manajemen Pemasaran. Samudra Biru : Yogyakarta
- Serang, S., Ramlawati, R., & Syahnur, M. H. (2022). Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Transportasi *Online* di Kota Makassar). *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 5(2), 2310-2319.
- Savitri, C., & Tuhagana, A. (2020). PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PERUSAHAAN JASA PENGIRIMAN PAKET DI KARAWANG. *BUANA ILMU*, 4(2), 159-175.
- Sianipar, G. J. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA JASA TRANSPORTASI OJEK *ONLINE* (Studi Pada

- Pelanggan GrabBike Di Kota Medan). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 183-196.
- Siyoto, S. S dan Sodik, M. A. 2015. Dasar Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sugiyono (2011). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. Alfabeta
- Sugiyono (2019). Statistika untuk Penelitian. Bandung : CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta
- Tsalisa, R. A., Hadi, S. P., & Purbawati, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Maxim di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 822-829.
- Utari, D., & Amanda, N. R. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA JASA TRANSPORTASI ONLINE MAXIM DI KOTA PALEMBANG. *JEMBATAN (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Auditing, dan Akuntansi)*, 6(2), 121-127.
- Worodiyanti, Novi Wahyudan Maspiyah. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen. *E-Journal*. Volume 05 Nomer 01, Edisi Yudisium, hal 23-28.
- Yanto, R. T. Y., & Anjarsari, A. D. (2021). PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN E-COMMERCE (STUDI KASUS PENGGUNA TOKO ONLINE SHOPEE). *Pro Mark*, 11(1), 13-13.
- Yusup, F. (2018). Uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1).

# LAMPIRAN

## LAMPIRAN 1 BIODATA DIRI

### BIODATA

#### Identitas Diri

Nama : Fitri Ramadani

Tempat, Tanggal Lahir : Parangbugisi, 04 Desember 2002

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Alamat Rumah : Ramsis Unhas Unit II Blok C 105  
Domisili : Parangbugisi, Malino Gowa Sulawesi Selatan

Telpon Rumah dan HP : 085757290912 (WA)

Alamat Email : fitriramadani903@gmail.com



#### Riwayat Pendidikan

##### A. Pendidikan Formal

1. 2007–2013: SD Negeri Parangbugisi
2. 2013–2016: MTS Muhammadiyah Malino
3. 2016–2019: SMA Negeri 4 Gowa
4. 2019–2023: S1 Manajemen Universitas Hasanuddin

##### B. Pendidikan Non Formal

1. 2019 : Pelatihan *Basic Learning Skill, Character and Creativity (BALANCE)* Universitas Hasanuddin
2. 2019 : Latihan Kepemimpinan Tingkat Pertama (LK1) IMMAJ FEB-UH
3. 2019 : Pengembangan Karakter Religius 1 (PKR 1) UKM LDM DARUL 'ILMI FEB-UH

**Pengalaman Organisasi**

1. 2019-2020 : Anggota Departemen Kemuslimahan UKM LDM Darul 'Ilmi  
FEB-UH
2. 2020-2021 : Bendahara Umum UKM PENCAK SILAT UNHAS
3. 2020-2021 : Anggota Departemen Kemuslimahan UKM LDM Darul 'Ilmi  
FEB-UH
4. 2021-2022 : Sekretaris Umum Perguruan Seni Bela diri Tapak Suci  
Putera Muhammadiyah Unit-44 Universitas Hasanuddin

**Demikian biodata ini dibuat dengan sebenarnya.**

Makassar, 20 Februari 2023



Fitri Ramadani

## LAMPIRAN 2 KUESIONER PENELITIAN

### KUESIONER PENELITIAN

#### **PENGARUH HARGA DAN *E-SERVICE QUALITY* (*E-SERVQUAL*) TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA JASA TRANSPORTASI *ONLINE* MAXIM (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin)**

Assalamua'alaikum Wr. Wb.

Perkenalkan saya mahasiswi Universitas Hasanuddin, berkaitan dengan penelitian yang sedang saya lakukan dengan judul "**Pengaruh Harga dan *E-Service Quality (E-Servqual)* Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa transportasi *Online* Maxim (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Hasanuddin)**" maka saya mohon kesediaan saudara/i untuk menjadi responden dalam penelitian ini dengan mengisi kuesioner.

Semua data yang telah diisi dalam kuesioner saya jamin kerahasiannya. Atas ketersediaan dan partisipasi bapak/ibu/saudara/i dalam kuesioner ini saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

#### **Petunjuk pengisian:**

1. Isilah data diri anda pada identitas responden.
2. Setiap jawaban hanya memerlukan satu jawaban saja.
3. Jawaban dari kuesioner tidak berhubungan dengan benar atau salah.
4. Berilah tanda checklist (√) pada salah satu pilihan jawaban yang tersedia sesuai dengan pendapat anda.

SS : Sangat Setuju

TS : Tidak Setuju

N : Netral



S : Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

**Identitas responden:**

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
3. Apakah anda pernah menggunakan maxim minimal 1x :

**Variabel Harga**

No.	Indikator	Pernyataan	Nilai				
			STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1	Keterjangkauan Harga (Tarif)	Tarif pada layanan Maxim terjangkau					
		Tarif layanan Maxim bervariasi sesuai dengan kebutuhan konsumen					
2	Kesesuaian Harga (Tarif)	Tarif layanan Maxim sesuai dengan kualitas jasa/layanan					
		Tarif layanan Maxim sesuai dengan hasil yang diinginkan					
3	Daya saing harga (Tarif)	Tarif layanan Maxim lebih terjangkau dibandingkan dengan aplikasi transportasi online yang lain					
		Tarif layanan maxim dapat bersaing dengan transportasi online					

		lainnya					
4	Kesesuaian harga (Tarif) dengan manfaat	Tarif layanan Maxim sesuai dengan manfaat yang saya rasakan.					
		Tarif layanan Maxim memiliki manfaat yang bagus dibandingkan layanan aplikasi yang lain.					

### Variabel E-Service Quality (Kualitas Pelayanan Elektronik)

No.	Indikator	Pernyataan	Nilai				
			STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1	<i>Reliability</i>	Maxim menyediakan jasa sesuai yang disajikan pada aplikasi					
		Maxim menyampaikan jasa sesuai dengan waktu yang dijanjikan pada aplikasi					
2	<i>Responsiveness</i>	Aplikasi maxim memberikan layanan yang cepat					
		Pada aplikasi di sampaikan informasi kepada pelanggan tentang kepastian waktu penyampaian jasa					
3	<i>Security/privacy</i>	Kerahasiaan Informasi pribadi saya terlindungi					
		Kerahasiaan Informasi					

		keuangan saya terlindungi					
4	<i>Site aesthetics</i>	Tampilan pada situs aplikasi Maxim menarik					
		Tampilan pada situs Maxim lengkap dan terstruktur					

### Variabel Kepuasan Pengguna

No.	Indikator	Pernyataan	Nilai				
			STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1	Perasaan Puas	Maxim memberikan layanan yang memuaskan					
		Saya merasa bangga menjadi Pelanggan Maxim					
2	Selalu membeli produk (jasa/layanan)	Saya merasa senang menggunakan jasa layanan Maxim					
		Saya merasa puas dengan tarif dan variasi layanan atau jasa pada Maxim					
3	Merekomendasikan kepada orang lain	Saya bersedia untuk merekomendasikan Aplikasi Maxim kepada orang terdekat saya atau bahkan orang lain.					
		Saya memberikan informasi dan kesan positif tentang layanan					

		atau jasa aplikasi Maxim kepada orang terdekat atau orang lain.					
4	Terpenuhinya harapan pelanggan	Maxim memberikan pelayanan sesuai dengan harapan saya					
		Maxim menawarkan layanan atau jasa dengan tarif yang sesuai dengan harapan saya					

### LAMPIRAN 3 TABULASI DATA

#### 1. Distribusi Jawaban Responden Variabel Harga (X1)

No.	Variabel Harga								Total
	H1	H2	H3	H4	H5	H6	H7	H8	
1	4	4	3	4	4	3	5	3	30
2	4	4	2	3	5	5	5	4	32
3	3	4	5	5	3	5	5	3	33
4	4	4	4	4	3	4	4	3	30
5	4	5	4	4	4	5	5	4	35
6	4	4	4	4	3	4	4	3	30
7	4	5	4	5	3	4	5	4	34
8	4	4	4	4	3	4	4	3	30
9	5	4	4	4	4	5	4	3	33
10	3	4	4	4	3	4	4	3	29
11	4	4	3	3	5	4	4	5	32
12	4	4	4	4	4	4	4	3	31
13	4	4	3	3	4	5	3	3	29
14	4	5	4	4	3	5	4	2	31
15	4	4	4	4	4	4	4	4	32
16	4	4	3	4	5	4	4	3	31
17	5	4	4	5	4	4	4	4	34
18	5	5	4	4	5	4	5	3	35
19	4	4	4	4	5	4	4	3	32
20	5	4	4	4	5	4	4	3	33
21	5	5	5	5	5	4	5	3	37
22	4	4	3	3	4	4	4	4	30
23	4	5	4	4	5	5	5	3	35
24	4	4	5	4	3	3	4	4	31
25	3	4	5	5	3	3	4	4	31
26	3	2	3	3	2	3	4	2	22
27	4	4	4	4	3	4	4	3	30
28	5	4	4	4	5	4	4	4	34
29	4	4	3	4	5	5	4	3	32
30	5	4	4	4	5	4	4	3	33
31	3	5	4	3	2	4	4	2	27
32	4	4	4	4	4	5	4	3	32
33	4	4	4	4	3	4	4	3	30
34	4	2	4	4	4	4	4	3	29
35	5	4	4	4	4	4	4	4	33
36	4	5	4	4	4	4	4	4	33
37	4	4	5	4	5	4	4	2	32
38	4	4	4	3	3	3	3	2	26
39	4	4	4	4	4	4	3	3	30
40	4	4	4	4	4	4	4	4	32
41	4	4	4	4	4	4	3	3	30
42	4	4	4	4	4	4	4	4	32
43	4	4	4	4	4	4	3	3	30
44	4	4	3	3	5	5	4	3	31
45	3	4	4	4	3	5	4	3	30

46	4	4	4	4	5	4	3	4	32
47	5	3	5	5	4	4	5	4	35
48	4	4	3	3	4	4	4	3	29
49	4	4	4	4	4	4	4	3	31
50	3	5	5	5	3	4	4	4	33
51	4	4	3	4	4	4	3	3	29
52	4	4	4	4	4	4	4	4	32
53	4	3	4	4	4	5	4	3	31
54	5	4	4	4	5	4	4	4	34
55	3	4	4	4	5	5	4	3	32
56	5	5	3	4	3	5	4	3	32
57	4	5	4	2	4	4	3	3	29
58	4	5	5	5	4	4	5	3	35
59	4	4	4	3	4	4	4	3	30
60	5	5	4	4	5	5	4	3	35
61	5	5	5	5	5	5	5	3	38
62	5	5	4	4	5	5	3	3	34
63	5	4	4	4	5	5	4	4	35
64	3	4	4	4	3	4	3	3	28
65	5	5	5	5	5	5	5	4	39
66	4	4	4	3	5	3	4	3	30
67	5	4	4	4	4	5	4	3	33
68	5	4	4	4	4	4	4	4	33
69	5	5	2	5	5	5	5	5	37
70	4	3	4	3	5	5	3	3	30
71	5	4	4	5	5	5	4	2	34
72	4	4	4	4	5	4	4	4	33
73	5	5	5	4	4	4	4	4	35
74	4	4	4	4	4	3	4	3	30
75	5	5	3	3	5	5	3	3	32
76	4	4	5	5	5	5	5	5	38
77	4	4	5	3	5	5	5	3	34
78	4	3	3	3	4	4	3	3	27
79	4	3	3	4	3	4	4	4	29
80	5	4	4	5	5	5	5	4	37
81	4	4	4	4	3	4	4	3	30
82	3	4	3	3	4	4	4	3	28
83	5	5	4	5	5	5	5	4	38
84	4	4	4	4	3	3	3	3	28
85	5	5	5	5	5	5	5	5	40
86	4	4	4	3	4	4	3	3	29
87	5	4	4	3	5	5	4	3	33
88	4	4	3	3	4	4	4	3	29
89	4	4	3	3	5	4	3	3	29
90	4	3	4	4	4	3	4	3	29
91	4	3	4	4	4	3	3	2	27
92	4	4	4	4	5	5	4	4	34
93	5	4	4	5	5	5	4	5	37

2. Distribusi Jawaban Responden Variabel *E-Service Quality* (X2)

No.	Variabel <i>E-Service Quality</i>								Total
	ESQ1	ESQ2	ESQ3	ESQ4	ESQ5	ESQ6	ESQ7	ESQ8	
1	3	3	5	3	4	4	3	3	28
2	5	4	4	4	4	5	2	4	32
3	5	5	5	5	5	5	5	4	39
4	4	4	3	4	3	2	3	3	26
5	5	4	4	5	5	5	4	4	36
6	4	4	4	3	4	4	4	4	31
7	4	5	5	4	5	5	4	5	37
8	5	3	3	3	4	4	4	4	30
9	4	4	4	4	4	4	2	2	28
10	4	3	3	4	4	4	3	4	29
11	4	3	4	4	3	5	3	3	29
12	4	4	4	4	4	4	4	4	32
13	4	3	3	4	3	3	2	3	25
14	2	3	3	4	3	4	2	2	23
15	4	4	4	4	4	4	4	4	32
16	4	4	3	4	3	3	3	3	27
17	4	5	5	4	3	4	5	4	34
18	5	4	4	5	5	5	3	3	34
19	4	4	4	4	4	4	3	3	30
20	4	4	4	4	4	4	2	3	29
21	5	5	5	5	5	5	5	4	39
22	3	4	4	4	3	4	3	3	28
23	5	4	4	4	4	3	3	4	31
24	4	3	3	4	3	3	3	3	26
25	4	3	3	4	5	3	3	3	28
26	4	2	2	4	3	3	2	2	22
27	4	4	4	2	3	3	3	3	26
28	4	4	4	4	3	4	3	5	31
29	4	3	4	4	4	3	2	3	27
30	4	3	3	4	4	4	3	3	28
31	4	4	3	2	3	3	2	2	23
32	5	5	4	4	4	4	3	4	33
33	4	4	3	4	4	4	3	3	29
34	4	3	3	4	2	4	2	2	24
35	3	4	4	4	4	4	4	4	31
36	4	4	4	4	4	4	3	4	31
37	4	3	3	4	3	3	3	2	25
38	4	4	4	4	4	3	2	2	27
39	4	4	4	4	4	4	4	4	32
40	4	4	4	4	4	3	3	3	29
41	4	4	3	4	4	4	3	4	30
42	4	4	4	4	4	4	4	4	32
43	4	4	3	4	3	3	2	3	26
44	4	3	3	4	3	3	2	2	24
45	5	4	4	4	4	3	3	3	30
46	4	4	4	4	4	4	3	3	30
47	5	4	4	5	4	4	3	4	33
48	4	3	3	3	3	3	3	3	25
49	4	4	4	4	4	4	3	2	29

50	4	4	4	4	5	4	5	5	35
51	4	3	4	3	4	4	3	3	28
52	4	4	4	4	4	4	3	4	31
53	5	4	4	4	5	4	4	4	34
54	4	4	4	3	4	4	3	3	29
55	5	5	5	5	5	5	3	3	36
56	5	5	4	4	4	4	3	4	33
57	4	4	4	4	2	3	2	2	25
58	5	4	4	4	4	4	3	3	31
59	4	4	4	4	3	3	2	2	26
60	5	3	3	4	3	4	2	2	26
61	5	3	3	4	4	4	4	4	31
62	3	4	3	4	3	4	3	3	27
63	4	3	4	4	4	4	3	4	30
64	4	3	3	3	3	3	3	3	25
65	3	4	5	5	3	3	4	4	31
66	3	1	3	3	3	3	3	2	21
67	4	4	4	4	4	4	3	4	31
68	4	3	3	3	3	4	3	3	26
69	5	1	1	2	3	3	1	3	19
70	3	3	2	3	3	3	1	1	19
71	4	4	2	5	4	2	2	4	27
72	4	4	4	4	4	4	4	4	32
73	4	5	4	4	4	4	4	4	33
74	4	4	4	4	4	4	3	4	31
75	5	4	3	3	5	5	2	4	31
76	5	5	5	5	5	5	5	5	40
77	4	2	2	4	3	4	2	2	23
78	4	3	3	3	3	3	2	2	23
79	3	4	3	3	3	4	3	3	26
80	4	4	4	4	4	4	4	3	31
81	4	4	4	4	4	4	4	4	32
82	4	3	3	4	4	3	3	4	28
83	4	4	4	5	4	4	4	4	33
84	4	3	3	3	3	3	3	3	25
85	5	5	4	5	4	5	3	3	34
86	4	4	3	4	4	3	3	3	28
87	4	4	4	4	4	4	2	2	28
88	4	3	3	4	4	4	3	3	28
89	4	2	3	4	4	4	3	4	28
90	4	3	3	4	4	4	3	4	29
91	4	2	2	3	5	4	3	3	26
92	4	4	4	4	4	4	4	3	31
93	4	3	4	3	4	5	2	4	29



## 3. Distribusi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Pengguna (Y)

No.	Variabel Kepuasan Pengguna								Total
	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	KP7	KP8	
1	4	3	4	5	4	5	4	4	33
2	4	5	5	5	5	4	4	5	37
3	5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	3	2	2	4	3	2	4	3	23
5	4	4	4	5	5	4	4	5	35
6	4	4	4	4	4	4	4	4	32
7	5	4	5	5	5	5	4	4	37
8	4	3	4	4	4	4	4	4	31
9	4	3	3	4	3	3	4	3	27
10	4	3	3	4	4	4	4	4	30
11	2	3	4	3	4	2	3	4	25
12	4	3	3	4	4	4	4	4	30
13	4	4	4	5	5	3	4	4	33
14	3	3	4	3	4	3	4	3	27
15	4	3	3	4	3	4	4	4	29
16	4	3	3	4	3	3	3	4	27
17	4	5	5	5	4	5	5	4	37
18	5	3	5	5	5	5	5	5	38
19	4	3	4	4	4	4	4	4	31
20	4	3	4	4	4	4	4	4	31
21	5	5	5	5	5	5	5	5	40
22	3	3	4	3	4	4	4	3	28
23	5	3	4	4	5	5	4	4	34
24	3	3	3	3	3	3	3	3	24
25	4	4	4	3	4	4	4	4	31
26	3	4	3	3	2	3	3	3	24
27	4	3	3	4	3	3	3	3	26
28	5	3	4	5	5	5	5	5	37
29	4	4	4	4	4	4	4	4	32
30	3	3	3	3	3	3	4	4	26
31	3	3	4	4	4	3	3	3	27
32	5	4	4	4	4	4	4	4	33
33	4	3	4	4	4	4	4	4	31
34	3	2	3	3	3	3	2	3	22
35	4	4	5	4	4	4	4	4	33
36	4	4	4	4	4	4	4	4	32
37	4	3	3	4	2	3	3	4	26
38	4	2	3	3	3	3	3	3	24
39	4	4	4	4	4	4	4	4	32
40	4	4	4	4	4	4	4	4	32
41	4	3	4	4	4	4	4	4	31
42	4	4	4	4	4	4	4	4	32
43	4	4	4	4	4	3	4	4	31
44	4	3	3	4	4	3	4	4	29
45	4	3	3	4	4	4	4	4	30
46	4	3	4	4	4	4	4	4	31
47	5	4	4	4	3	4	4	4	32
48	3	3	3	4	4	4	3	3	27
49	3	3	4	4	4	4	3	4	29

50	4	4	4	4	4	4	4	5	33
51	4	3	4	4	4	3	3	4	29
52	4	4	4	4	4	5	4	4	33
53	5	3	4	4	4	4	4	4	32
54	4	4	4	5	4	4	4	4	33
55	5	5	5	5	3	3	4	4	34
56	4	4	4	4	4	4	4	4	32
57	3	3	3	3	2	2	2	2	20
58	4	3	4	4	4	4	4	4	31
59	4	3	4	3	4	4	4	4	30
60	4	3	4	4	4	4	4	4	31
61	4	3	4	4	3	3	4	3	28
62	4	4	4	4	5	5	5	5	36
63	4	5	5	5	5	5	4	4	37
64	3	3	3	3	3	3	3	3	24
65	4	3	5	5	5	5	5	5	37
66	3	3	3	3	3	3	3	3	24
67	4	4	4	4	4	4	3	4	31
68	3	3	4	5	4	4	4	4	31
69	4	3	4	4	5	4	3	5	32
70	4	3	3	3	2	2	2	3	22
71	4	4	4	4	4	3	4	4	31
72	4	4	4	4	4	4	4	4	32
73	4	4	4	4	5	5	4	4	34
74	4	3	3	3	4	3	3	3	26
75	3	3	4	3	4	3	3	3	26
76	5	5	5	5	5	5	5	5	40
77	4	3	4	5	4	4	3	4	31
78	3	3	3	3	3	3	3	3	24
79	3	3	3	4	4	3	4	3	27
80	5	3	4	5	3	4	5	5	34
81	4	3	4	4	4	4	4	4	31
82	4	4	4	4	4	4	4	4	32
83	4	4	4	4	4	4	4	4	32
84	3	3	3	3	3	3	3	3	24
85	5	5	5	5	5	5	5	5	40
86	4	4	4	4	5	5	4	4	34
87	3	3	4	5	5	3	4	4	31
88	3	3	3	4	4	4	3	4	28
89	4	3	4	4	4	4	4	4	31
90	4	3	3	4	3	3	3	4	27
91	3	3	3	3	3	3	3	3	24
92	4	4	4	4	4	4	4	4	32
93	5	4	5	5	4	4	5	5	37

## LAMPIRAN 4 HASIL OLAH DATA SPSS 26

### 1. Analisis Deskriptif

#### Karakteristik Responden

		Jurusan			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	MANAJEMEN	44	47.3	47.3	47.3
	ILMU EKONOMI	22	23.7	23.7	71.0
	AKUNTANSI	27	29.0	29.0	100.0
	Total	93	100.0	100.0	

		Angkatan			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	2019	51	54.8	54.8	54.8
	2020	27	29.0	29.0	83.9
	2021	15	16.1	16.1	100.0
	Total	93	100.0	100.0	

		Jenis Kelamin			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	PEREMPUAN	78	83.9	83.9	83.9
	LAKI-LAKI	15	16.1	16.1	100.0
	Total	93	100.0	100.0	

## Frequency Tabel

### Variabel Harga

#### X1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NETRAL	10	10.8	10.8	10.8
	SETUJU	56	60.2	60.2	71.0
	SANGAT SETUJU	27	29.0	29.0	100.0
	Total	93	100.0	100.0	

#### X2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	2	2.2	2.2	2.2
	NETRAL	7	7.5	7.5	9.7
	SETUJU	63	67.7	67.7	77.4
	SANGAT SETUJU	21	22.6	22.6	100.0
	Total	93	100.0	100.0	

#### X3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	2	2.2	2.2	2.2
	NETRAL	17	18.3	18.3	20.4
	SETUJU	60	64.5	64.5	84.9
	SANGAT SETUJU	14	15.1	15.1	100.0
	Total	93	100.0	100.0	

#### X4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	1	1.1	1.1	1.1
	NETRAL	20	21.5	21.5	22.6
	SETUJU	55	59.1	59.1	81.7
	SANGAT SETUJU	17	18.3	18.3	100.0
	Total	93	100.0	100.0	

**X5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	2	2.2	2.2	2.2
	NETRAL	19	20.4	20.4	22.6
	SETUJU	36	38.7	38.7	61.3
	SANGAT SETUJU	36	38.7	38.7	100.0
	Total	93	100.0	100.0	

**X6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	1.1	1.1	1.1
	NETRAL	9	9.7	9.7	10.8
	SETUJU	51	54.8	54.8	65.6
	SANGAT SETUJU	32	34.4	34.4	100.0
	Total	93	100.0	100.0	

**X7**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NETRAL	18	19.4	19.4	19.4
	SETUJU	58	62.4	62.4	81.7
	SANGAT SETUJU	17	18.3	18.3	100.0
	Total	93	100.0	100.0	

**X8**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	7	7.5	7.5	7.5
	NETRAL	54	58.1	58.1	65.6
	SETUJU	27	29.0	29.0	94.6
	SANGAT SETUJU	5	5.4	5.4	100.0
	Total	93	100.0	100.0	

**Variabel E-SERVQUAL****X1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	1	1.1	1.1	1.1
	NETRAL	8	8.6	8.6	9.7
	SETUJU	64	68.8	68.8	78.5
	SANGAT SETUJU	20	21.5	21.5	100.0
	Total	93	100.0	100.0	

**X3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	1.1	1.1	1.1
	TIDAK SETUJU	5	5.4	5.4	6.5
	NETRAL	33	35.5	35.5	41.9
	SETUJU	47	50.5	50.5	92.5
	SANGAT SETUJU	7	7.5	7.5	100.0
	Total	93	100.0	100.0	

**X4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	3	3.2	3.2	3.2
	NETRAL	16	17.2	17.2	20.4
	SETUJU	63	67.7	67.7	88.2
	SANGAT SETUJU	11	11.8	11.8	100.0
	Total	93	100.0	100.0	

**X5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	2	2.2	2.2	2.2
	NETRAL	29	31.2	31.2	33.3
	SETUJU	50	53.8	53.8	87.1
	SANGAT SETUJU	12	12.9	12.9	100.0
	Total	93	100.0	100.0	

**X6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	2	2.2	2.2	2.2
	NETRAL	27	29.0	29.0	31.2
	SETUJU	52	55.9	55.9	87.1
	SANGAT SETUJU	12	12.9	12.9	100.0
	Total	93	100.0	100.0	

**X7**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	2	2.2	2.2	2.2
	TIDAK SETUJU	21	22.6	22.6	24.7
	NETRAL	47	50.5	50.5	75.3
	SETUJU	18	19.4	19.4	94.6
	SANGAT SETUJU	5	5.4	5.4	100.0
	Total	93	100.0	100.0	

**X8**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	1.1	1.1	1.1
	TIDAK SETUJU	16	17.2	17.2	18.3
	NETRAL	36	38.7	38.7	57.0
	SETUJU	36	38.7	38.7	95.7
	SANGAT SETUJU	4	4.3	4.3	100.0
	Total	93	100.0	100.0	

**Variabel Y****Y1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	1	1.1	1.1	1.1
	NETRAL	21	22.6	22.6	23.7
	SETUJU	57	61.3	61.3	84.9
	SANGAT SETUJU	14	15.1	15.1	100.0
	Total	93	100.0	100.0	

**Y2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	3	3.2	3.2	3.2
	NETRAL	53	57.0	57.0	60.2
	SETUJU	29	31.2	31.2	91.4
	SANGAT SETUJU	8	8.6	8.6	100.0
	Total	93	100.0	100.0	

**Y3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	1	1.1	1.1	1.1
	NETRAL	26	28.0	28.0	29.0
	SETUJU	53	57.0	57.0	86.0
	SANGAT SETUJU	13	14.0	14.0	100.0
	Total	93	100.0	100.0	

**Y4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NETRAL	19	20.4	20.4	20.4
	SETUJU	54	58.1	58.1	78.5
	SANGAT SETUJU	20	21.5	21.5	100.0
	Total	93	100.0	100.0	

**Y5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	4	4.3	4.3	4.3
	NETRAL	19	20.4	20.4	24.7
	SETUJU	52	55.9	55.9	80.6
	SANGAT SETUJU	18	19.4	19.4	100.0
	Total	93	100.0	100.0	



**Y6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	4	4.3	4.3	4.3
	NETRAL	29	31.2	31.2	35.5
	SETUJU	45	48.4	48.4	83.9
	SANGAT SETUJU	15	16.1	16.1	100.0
	Total	93	100.0	100.0	

**Y7**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	3	3.2	3.2	3.2
	NETRAL	23	24.7	24.7	28.0
	SETUJU	56	60.2	60.2	88.2
	SANGAT SETUJU	11	11.8	11.8	100.0
	Total	93	100.0	100.0	

**Y8**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	1	1.1	1.1	1.1
	NETRAL	21	22.6	22.6	23.7
	SETUJU	57	61.3	61.3	84.9
	SANGAT SETUJU	14	15.1	15.1	100.0
	Total	93	100.0	100.0	







Y5	Pearson Correlation	.362**	.414**	.664**	.579**	1	.709**	.600**	.653**	.786**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93
Y6	Pearson Correlation	.588**	.502**	.646**	.568**	.709**	1	.678**	.675**	.845**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93
Y7	Pearson Correlation	.602**	.483**	.628**	.643**	.600**	.678**	1	.702**	.831**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93
Y8	Pearson Correlation	.633**	.484**	.649**	.703**	.653**	.675**	.702**	1	.854**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93
TOT AL	Pearson Correlation	.739**	.703**	.848**	.807**	.786**	.845**	.831**	.854**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93

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

## Uji Reliabilitas

### Reliabilitas X1

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	93	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	93	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.716	8

## Realibilitas X2

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	93	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	93	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.846	8

## Realibilitas Y

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	93	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	93	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.920	8

## 3. Hasil Uji Normalitas

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		93
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	2,74899881
Most Extreme Differences	Absolute	0,060
	Positive	0,049
	Negative	-0,060
Test Statistic		0,060
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

## 4. Hasil Uji Multikolinearitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	0,748	1,337
	X2	0,748	1,337

a. Dependent Variable: Y

## 5. Hasil Uji Autokorelasi

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,783 <sup>a</sup>	0,613	0,605	2,779	1,978

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

## 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,132	1,938		1,616	0,110
	X1	0,060	0,068	0,105	0,879	0,382
	X2	-0,101	0,051	-0,235	-1,971	0,052

a. Dependent Variable: ABS\_RES

## 7. Regresi Linear Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3,728	3,093		-1,205	0,231
	X1	0,589	0,109	0,408	5,389	0,000
	X2	0,534	0,082	0,494	6,517	0,000

a. Dependent Variable: Y

8. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,783 <sup>a</sup>	0,613	0,605	2,779

a. Predictors: (Constant), X2, X1

## 9. Hasil Uji Simultan F

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1102,821	2	551,411	71,381	0,000 <sup>b</sup>
	Residual	695,243	90	7,725		
	Total	1798,065	92			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

## 10. Hasil Uji Parsial t

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	-3,728	3,093		-1,205	0,231
	X1	0,589	0,109	0,408	5,389	0,000
	X2	0,534	0,082	0,494	6,517	0,000

a. Dependent Variable: Y