

ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, LOKASI, DAN E-PAYMENT TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Pada Pelanggan *fitness center* Elise Ladies Gym Semarang)

Grace Aryunitami Gultom, Yoestini¹

Departemen Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Soedharto SH Tembalang, Semarang 50239, Phone: +622476486851

ABSTRACT

The development of the fitness center in the city of Semarang is growing rapidly. However, it is very rare to find a fitness center specifically for women in Semarang, especially in the Tembalang area, Central Java. One of the fitness centers that is aware of the importance of health sports for women and can provide a sense of security in carrying out sports activities, one of which is the Elise Ladies Gym. Elise Ladies Gym is a fitness center for women only. Unfortunately, based on data from Elise Ladies Gym visitor reports from 2019-March 2022, there was a 50% decrease in customers from 2020-2021. Based on the pre-observation with the interview method conducted by the author on the Elise Ladies Gym fitness center customers, it shows that Service Quality, Location and E-payment are one of the factors. On this basis, the authors are interested in further research regarding the effect of Service Quality, Location and E-payment on Customer Satisfaction at the Elise Ladies Gym fitness center Semarang. This research was conducted with a qualitative approach with a questionnaire or questionnaire as primary data. The total sample used in this study amounted to 62 respondents. The data obtained were then analyzed by multiple linear regression with the help of Software Statistical Product and Service Solution (SPSS) version 20. As a result, Service Quality, Location and E-payment had a positive effect on customer satisfaction at Elise Ladies Gym.

Keywords: E-payment, Customer Satisfaction, Location, Service Quality

PENDAHULUAN

Penduduk Indonesia saat ini masih dihadapkan dengan berbagai permasalahan gizi, salah satunya adalah obesitas (Pujiati, 2010). Peningkatan angka obesitas umumnya disebabkan kebiasaan seseorang mengkonsumsi makanan berlebih dengan jumlah energi yang dibutuhkan. Dampak jangka panjang obesitas dapat menimbulkan asma, stroke, penyakit jantung koroner, diabetes, hipertensi, batu empedu, gangguan menstruasi dan perlemakan hati sirosis. Upaya untuk mengatasi dampak negatif tersebut dapat dilakukan melalui aktivitas fisik, salah satunya dengan berolahraga di *fitness center*.

Dewasa ini olahraga *fitness* dan angkat beban menjadi suatu gaya hidup masyarakat kota. Dimulai dari mahasiswa, pelajar, pekerja dan orangtua sangat menyukai olahraga *fitness*. Olahraga *fitness* tak hanya dapat dilakukan oleh lelaki saja namun mulai digemari oleh kalangan perempuan. Perkembangan *fitness center* yang terdapat pada Kota Semarang berkembang secara pesat hal itu ditandai dengan didirikannya *fitness center* dengan skala yang besar dengan skala industri, dan berlokasi secara strategis yang terdapat pada pusat perbelanjaan Kota Semarang. Kemunculan *Fitness center* menjadi suatu institusi yang melayani kesehatan modern dengan ditawarkannya banyak jasa baik kebugaran maupun

¹ *Corresponding author*

kesehatan. Namun *fitness center* yang khusus untuk perempuan sangat jarang dapat ditemui di Semarang khususnya di daerah Tembalang, Jawa Tengah. Dikarenakan target pasar yang berminat pada olahraga di *fitness center* dominan laki-laki dibandingkan perempuan.

Salah satu *fitness center* yang menyadari terkait pentingnya olahraga kesehatan bagi perempuan dan dapat memberikan rasa aman dalam melakukan aktivitas olahraga salah satunya adalah Elise Ladies Gym. Elise Ladies Gym merupakan *fitness center* khusus perempuan yang berlokasi pada Jalan Sukun Raya Nomor 27, Srandol Wetan, Kecamatan Banyumanik, Kota Semarang, Provinsi Jawa Tengah. Sayangnya, berdasarkan data laporan pengunjung Elise Ladies Gym dari tahun 2019-Maret 2022 adanya penurunan pelanggan dari tahun 2020-2021 sebesar 50%. Hal ini dimungkinkan karena beberapa hal, salahsatunya adalah menurunnya kepuasan konsumen.

Berdasarkan pra observasi dengan metode wawancara yang dilakukan oleh penulis terhadap tiga responden pelanggan *fitness center* Elise Ladies Gym, hasilnya adalah responden pertama mengatakan bahwa kualitas layanan *fitness center* Elise Ladies Gym masih kurang, dilihat dari fasilitas alat seperti *treadmill* dan sepeda statis yang telah lama rusak serta belum dilakukan perbaikan, maupun suhu ruangan sauna yang tidak panas. Responden kedua yang penulis wawancarai mengatakan bahwa lokasi parkir *fitness center* Elise Ladies Gym sempit, dikarenakan lokasi *fitness center* Elise Ladies Gym berdampingan dengan toko pakaian dan rumah makan, sehingga apabila dalam keadaan ramai, cukup sulit untuk memarkirkan kendaraan roda dua ataupun roda empat. *Fitness Center* Elise Ladies Gym tidak berada di lokasi yang strategis, dikarenakan lokasi *fitness center* Elise Ladies Gym jauh dari lingkungan perkantoran, bank, ataupun lembaga pendidikan. Responden ketiga yang penulis wawancarai menyatakan hal yang sama dengan responden pertama dan responden kedua, ia menambahi bahwa metode *e-payment* di *fitness center* Elise Ladies Gym terbatas, hanya menggunakan pembayaran *e-payment* untuk transaksi melalui Ovo dan Gopay.

Lokasi merupakan faktor utama yang dijadikan keberhasilan penjualan oleh suatu produk. Apabila adanya keberhasilan oleh perusahaan dalam mendapatkan serta mempertahankan lokasinya secara strategis dengan demikian hal ini bisa dijadikan rintangan secara efektif oleh pesaingnya yang lain dalam mendapat akses ke pasar (Tjiptono, 2005). Kepuasan pelanggan tak hanya ditentukan pada kualitas layanan dan lokasi saja melainkan mekanisme pembayaran yang dilakukan oleh pihak *fitness center*. Mekanisme pembayaran yang sering digunakan saat ini adalah *Electronic Payment* atau disingkat sebagai *E-Payment*. *Electronic Payment* ialah sistem dalam pembayaran dengan perantara fasilitas internet. Menurut Wahyu (2005) “*Electronic Payment* merupakan sistem pembayaran yang mendukung pada *e-commerce* dan memberi keuntungan pada transaksi bisnis dengan meningkatkan layanan kepada pelanggan, hemat waktu dan efisien, transaksi pembayaran dapat dilakukan kapan saja, dimana saja, dengan berbagai media dan tidak terbatas.” Pada masa pandemi Covid-19 yang juga belum usai, penggunaan metode transaksi *e-payment* semakin meningkat.

Atas dasar tersebut, penulis tertarik untuk meneliti lebih jauh terkait pengaruh Kualitas Layanan, Lokasi dan *E-payment* terhadap Kepuasan Pelanggan di *fitness center* Elise Ladies Gym Semarang. Melalui penelitian ini diharapkan dapat menjadi media dalam memperluas ilmu dengan menghubungkan teori yang sudah ada dengan kenyataan yang sesungguhnya serta menambah wawasan peneliti dalam bidang pemasaran terutama mengenai kepuasan pelanggan.

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Letak kualitas layanan ada dalam persepsi konsumen sehingga jika persepsi pelanggan pada kualitas layanan suatu perusahaan tinggi sehingga mengartikan bahwa perusahaan tersebut memiliki kualitas layanan yang baik (Tjiptono, 2011). Oleh karena itu, adanya perasaan puas oleh pelanggan dan adanya keinginan untuk membeli suatu produk dan merekomendasikannya kepada individu lainnya. Berdasarkan dari penelitian yang dilakukan oleh Nurtjahjo (2017), variabel kualitas layanan memiliki pengaruh secara positif serta signifikan pada kepuasan pelanggannya pada *restaurant* di UK. Pada penelitian lain, Nguyen et al (2018) serta Elisabeth et al (2019) menyatakan variabel kualitas layanan mempunyai pengaruh secara positif dan juga signifikan dengan variabel kepuasan pelanggan. Maka dapat ditarik hipotesis:

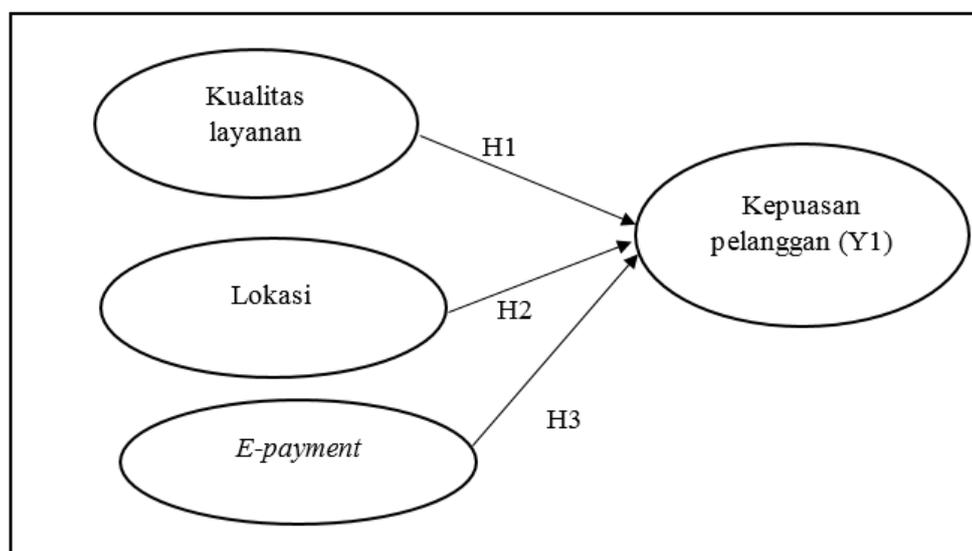
H1 : Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan

Lokasi berpengaruh pada produk ataupun layanan yang ditawarkannya mudah untuk diperoleh konsumen dari segi fisik, biaya dan juga jangkauan (Manampiring & Wenas, 2016). Ugeng & Hapid (2017) menjelaskan variabel lokasi mempunyai pengaruh positif serta signifikan pada kepuasan pelanggannya di Bengkel Abadi Jaya. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Rizki & Siwi (2020) hasilnya adalah bahwa variabel tempat (lokasi) mempunyai pengaruh secara positif pada kepuasan pelanggannya di Toko Buku *Paperclip*. Maka dapat ditarik hipotesis:

H2 : Lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan

E-payment adalah pertukaran nilai diantara pihak yang melakukan transaksi dengan jaringan teknologi (Ayo & Ukpere, 2010). Adanya beberapa kelebihan sistem dalam pembayaran *online* dari pembayaran tradisional yaitu tidak terikatnya transaksi yang dilakukan oleh ruang dan waktu yang dapat dilaksanakan dimanapun serta kapanpun sehingga dirasa lebih praktis dalam melakukan transaksi pembayaran secara *online* (Putri & Baridwan, 2014). Sistem *e-payment* memudahkan seseorang dalam melakukan transaksi dibandingkan dengan uang *cash*, selain itu juga meningkatkan efisiensi pembayaran dan juga waktu. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Dwi Rorin & Ria Susanti (2020) menunjukkan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap *e-commerce*. Maka, dapat ditarik hipotesis:

H3 : *E-payment* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Teoritis

Gambar 1 menggambarkan bagaimana *service quality* (kualitas layanan), *location* (lokasi), dan *e-payment* (sistem pembayaran online) mempengaruhi kepuasan pelanggan. Sehingga dapat ditarik hipotesis antara lain: 1) Kualitas layanan (H1) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y1); 2) Lokasi (H2) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y1); dan 3) *E-payment* (H3) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y1).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif dengan angket atau kuisioner sebagai data primer. Sampel penelitian didapatkan dengan teknik *non probability sampling* dengan kriteria, *Membership* atau pelanggan dari Elise Ladies Gym Semarang, Pernah berolahraga di Elise Ladies Gym Semarang lebih dari 1 kali, dan Berusia minimal 18 tahun. Total sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 62 responden. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan regresi linier berganda dengan bantuan program *Software Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 20.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Normalitas

Uji normalitas dikatakan baik apabila distribusi berbentuk normal ataupun mendekati normal. Pada Tabel 1, hasil pengujian normalitas menunjukkan bahwa setiap variabel memiliki probabilitas $\geq 0,05$ dengan demikian sesuai dengan syarat normalitas.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		EP
N		62
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2.612058
	Absolute	.096
Most Extreme Differences	Positive	.056
	Negative	-.096
Kolmogorov-Smirnov Z		.753
Asymp. Sig. (2-tailed)		.623

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Uji Heteroskedestisitas

Tujuan dari pengujian ini ialah agar diketahui ketidaksamaan varian dari residualnya bagi seluruh pengamatan pada model regresi. Adapun metode yang dipakai ialah uji Glejser. Dalam mengambil keputusan didasarkan dengan dilihatnya angka probabilitas statistik pengujian ini.

Tabel 2. Hasil Uji Heteroskedestisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.829	2.494		.733	.466
1 X1	.059	.060	.206	.986	.328
X2	-.258	.124	-.418	-.085	.415
X3	.098	.070	.198	1.392	.169

Tabel 2 menunjukkan hasil nilai probabilitas dalam setiap variabel $\geq 0,05$ maka tidak adanya gejala heteroskedastisitas oleh residualnya.

Uji Autokorelasi

Tujuan penggunaan uji ini ialah menguji apakah ada korelasi diantara residual oleh periode t terhadap periode sebelum t-1. Apabila timbul permasalahan sehingga disebut dengan permasalahan autokorelasi. Pada pengujian ini dilakukan memakai uji Durbin-Watson.

Kisaran nilai statistik uji ini ialah diantara 0 hingga 4. Jika diperoleh hasil < 1 atau > 3 diindikasikan terjadi autokorelasi selain itu untuk pengukuran acuan durbin-watson yaitu melihat nilai DW, tidak terjadinya autokorelasi apabila $du < dw < 4-du$.

Tabel 3. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.675 ^a	.456	.428	2.67876	2.062

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y1

Keterangan	Nilai
Durbin-Watson	2.062
dL	1.4896
dU	1.6918
4-dU	2.3082

Berdasarkan tabel 3, diperoleh nilai statistik pada Durbin-Watson 2.062. dikarenakan menunjukkan hasil yaitu $1,6918 < 2,062 < 2,3082$ maka model tidak mengalami gejala autokorelasi, selain itu nilai Durbin-Watson ada dinyatakan nilai dU dan 4-dU yang hasilnya 2,062. dU bernilai 1,6918 serta dL bernilai 1,4896, akibatnya nilai Durbin-Watson ada antara dU dan 4-dU. Dengan demikian bisa ditarik kesimpulannya tidak ada autokorelasi.

Uji Multikolinearitas

Tujuan pengujian ini agar diketahuinya korelasi diantara variabel independen pada suatu model regresi. Uji multikolinearitas efeknya yaitu menyebabkan tingginya variabel oleh sampelnya. Sehingga artinya bahwa standar error besar, kemudian berpengaruh pada saat pengujian koefisien, maka t-hitungnya kurang dari t-tabel.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas dengan korelasi

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics

		B	Std. Error	Beta		Tolerance	VIF
	(Constant)	5.895	4.058	1.453	.152		
1	X1	.339	.098	.563	3.476	.001	2.799
	X2	.134	.201	.104	2.668	.035	2.579
	X3	.056	.115	.054	2.486	.043	1.300

a. Dependent Variable: Y1

Berdasarkan Tabel 4, model penelitian ini tidak terdapat gejala multikolinearitas jika *tolerance* melebihi 0,1 serta VIF kurang dari 10. Dengan demikian dalam Tabel 4.12 tampak *tolerance* sebesar 0,3 untuk X1 dan X2, serta 0,7 untuk X3. Dan VIF sebesar 2 untuk X1 dan X2 serta 1 untuk X3 maka, pada penelitian yang dilangsungkan tidak menunjukkan gejala adanya multikolinearitas pada variabel independen nya.

Analisis Regresi Linear Berganda

Pengujian ini bertujuan agar pengaruh kualitas layanan, lokasi dan *e-payment* pada kepuasan pelanggan dapat diketahui dengan diproyeksikan menggunakan model regresi.

Tabel 5. Hasil Uji Analisis Regresi Koefisien

Model		Unstandardized		Standardized	T	Sig.
		Coefficients		Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	5.895	4.058	1.453	.152	
1	X1	.339	.098	.563	3.476	.001
	X2	.134	.201	.104	2.668	.035
	X3	.056	.115	.054	2.486	.043

Merujuk Tabel 5, dapat dituliskan persamaan regresi linear berganda oleh model panel yakni :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 0,563 X_1 + 0,104 X_2 + 0,054 X_3$$

Uji F

Penggunaan uji F ini bertujuan dalam pengujian terdapat pengaruh secara bersama-sama Kualitas Layanan (X1), Lokasi (X2), serta Sistem pembayaran (X3) pada Kepuasan Pelanggan (Y). Variabel dinyatakan berpengaruh jika nilai signifikan < 0,05.

Tabel 6. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	348.581	3	116.194	16.193	.000 ^b
	Residual	416.194	58	7.176		
	Total	764.774	61			

a. Dependent Variable: Y1

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi ini ialah nilai dalam pengukuran sejauh mana kemampuannya dari variabel independen guna menjelaskan variasi variabel dependennya pada suatu model regresi. Koefisien determinasi bernilai diantara 0 hingga satu. Apabila R^2 bernilai kecil maka kemampuan variabel independen sangatlah terbatas untuk memberikan penjelasan variasi variabel dependen.

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.675 ^a	.456	.428	2.67876

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y1

Mengacu pada Tabel 7, diketahui nilai *Adjusted R-Squared* ialah 0.428 yakni kontribusi oleh variabel independen nya mencakup kualitas layanan, lokasi, serta sistem pembayaran terhadap variabel dependen yakni kepuasan pelanggan bernilai 42,8% sehingga adanya sisa sebesar 57,2%. Sisa ini ialah dipengaruhi dari variabel lainnya yang tidak diteliti pada penelitian.

Uji T

Tujuan digunakannya uji ini ialah agar diketahui pengaruh pada variabel kualitas layanan, lokasi, serta *e-payment* terhadap variabel kepuasan pelanggannya.

Tabel 8. Hasil Analisis Uji T
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.895	4.058		1.453	.152
1 X1	.339	.098	.563	3.476	.001
X2	.134	.201	.104	2.668	.035
X3	.056	.115	.054	2.486	.043

a. Dependent Variable: Y1

Dalam mengambil keputusan pada hipotesisnya apakah diterima ataupun ditolak maka berdasarkan nilai signifikansi apakah lebih kecil dari 0,05. Sehingga didasarkan oleh Tabel 8 maka hipotesis diterima, dikarenakan nilai signifikan yaitu 0.001 artinya nilai tersebut kurang dari 0,05 sehingga diperoleh bahwa “H1 pengaruh kualitas kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.” Hipotesis kedua juga dinyatakan diterima. Perolehan hasil penelitian ini ialah nilai sig ialah 0.035 artinya nilai ini lebih kecil dibanding 0,05, maka “H2 pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan diterima.” Hipotesis ketiga, nilai sig ialah 0,043 yang berarti nilai ini lebih kecil daripada 0,05, maka “H3 pengaruh sistem pembayaran terhadap kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan diterima.”

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Merujuk tabel 8, Variabel kualitas layanan berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan pelanggan. Didasarkan pada nilai signifikan $0.001 < 0,05$ dengan demikian hipotesis 1 (H1) dinyatakan diterima. Perolehan hasilnya memperlihatkan bahwa pelanggan di Elise Ladies Gym merasa puas dengan terhadap kualitas layanan di tempat

ini. Perolehan hasil ini sesuai oleh teori *positive disconfirmation* dimana kualitas layanan yang diberikan oleh *fitness center* Elise Ladies Gym melebihi ekspektasi pelanggan Elise Ladies Gym.

Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan

Merujuk tabel 8, Variabel lokasi berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan pelanggan. Didasarkan pada nilai t hitung melebihi t tabel, $-t$ hitung $<$ $-t$ tabel, maupun apabila signifikansi lebih kecil dibanding 0,05. Nilai signifikansi pada variabel lokasi adalah 0.035 dan $<$ 0,05, dengan demikian hipotesis 2 (H2) dinyatakan diterima. Hasilnya memperlihatkan bahwa pelanggan merasa puas dengan letak lokasi dari Elise Ladies Gym. Hasil penelitian ini juga didukung oleh teori *positive disconfirmation* dimana letak lokasi pada *fitness center* melebihi ekspektasi pelanggan Elise Ladies Gym.

Pengaruh *e-payment* Terhadap Kepuasan Pelanggan

Merujuk tabel 8, Variabel *e-payment* berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan pelanggan. Didasarkan pada nilai t hitung $>$ t tabel, $-t$ hitung $<$ $-t$ tabel, maupun apabila signifikansi lebih kecil dibanding 0,05. Nilai signifikansi pada variabel *e-payment* adalah 0,043 dan $<$ 0,05, sehingga hipotesis 3 (H3) yang diajukan dapat diterima. Penelitian ini sejalan dengan teori *positive disconfirmation* dimana variabel *e-payment* yang disediakan oleh *fitness center* Elise Ladies Gym melebihi ekspektasi pelanggan.

KESIMPULAN

Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Semakin baik kualitas layanannya pada *fitness center* Elise Ladies Gym menjadikan tingkat kepuasan pelanggannya mengalami peningkatan. Lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Letak lokasi usaha dari Elise Ladies Gym sudah membuat pelanggan puas. *E-payment* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian menandakan semakin baik *e-payment* di Elise Ladies Gym maka tingkat kepuasan pelanggan akan mengalami peningkatan.

REFERENSI

- Al, Nguyen et. 2018. "Understanding Customer Satisfaction in the UK Quick Service Restaurant Industry: The Influence of the Tangible Attributes of Perceived Service Quality." 119:2571–82.
- Elisabeth et al. 2019. "The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction in JKT48 Theater." TRJ Tourism Research Journal 3(1):86. doi: 10.30647/trj.v3i1.51.
- Hapid, Ugeng &. 2017. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA BENGKEL ABADI JAYA MOTOR BOGOR." 147–59.
- Nurtjahjo, Rianto. 2017. "THE INFLUENCE OF QUALITY OF SERVICE, FACILITIES AND LOCATION OF CUSTOMER SATISFACTION." Al Manhali 910–19.
- Pujiati. 2010. "HUBUNGAN ANTARA FAKTOR Keturunan, Jenis Kelamin DAN TINGKAT SOSIAL EKONOMI ORANG TUA DENGAN KEJADIAN OBESITAS PADA MAHASISWA DI UNIVERSITAS MALAHAYATI." 5(4):891–900.

- Susanti. 2020. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN." 8(2):41–48.
- Tjiptono. 2005. "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya." *Jurnal Manajemen Pemasaran* 2(1):1–9.
- Tjiptono. 2011. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Pengguna Eco Racing Pada Perusahaan Pt. Bandung Eco Sinergi Teknologi (Best)." *EProceedings ...* 8(6):8682–89.
- Ukpere, Ayo &. 2010. "ANALISIS KEAMANAN DAN RISIKO SISTEM E-PAYMENT TERHADAP KEPERCAYAAN MAHASISWA."
- Wahyu dalam Firmansyah. 2013. "Perbedaan Loyalitas Konsumen Pada E-Payment Tcash Berdasarkan Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Pelanggan." *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. 78:2013–15.