

## PENGARUH PENGGUNAAN MOBILE BANKING TERHADAP MINAT NASABAH DALAM BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL

Rian Maulana<sup>1</sup>, Iskandar<sup>2</sup>, Masrura Mailany<sup>3</sup>

<sup>1,2</sup> Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,  
UIN Ar-Raniry, Darussalam Banda Aceh

<sup>3</sup> Pendidikan Teknologi Informasi, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan,  
UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh

E-mail : rianmaulana030@gmail.com, chaen321@gmail.com,  
masrura.mailany@ar-raniry.ac.id

### Abstrak

Penelitian ini dimaksudkan untuk melihat bagaimana pengaruh penggunaan Mobile banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi dengan technology Acceptance Model dan melihat pula apakah persepsi kegunaan penggunaan berpengaruh terhadap minat bertransaksi. Hasil penelitian ini didapatkan variabel persepsi kegunaan penggunaan (X) berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi (Y) dimana koefisiennya adalah 11,127 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,002 dan Koefisien regresi persepsi kegunaan penggunaan (X) sebesar 0,640 menyatakan bahwa setiap pertambahan 1% nilai Usefulness, maka nilai Minat bertambah sebesar 0,640. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif

**Kata kunci:** *mobile banking, model penerimaan teknologi, persepsi kegunaan penggunaan.*

### Abstract

This research was conducted to see how the effect of using Mobile banking on Customer Interests in Transacting with the Acceptance Model technology and also seeing what happened to transactions. The results of this study resulted in the observation variable usefulness (X) has a significant effect on the interest in transacting (Y) where the coefficient is 11.127 with a significance level of 0.002 and the regression coefficient of use (X) of 0.640 each increase in 1% usability value, the value of Interest increases amounting to 0.640. The regression coefficient is positive, it can be called that the direction X variable towards Y is positive.

**Keywords:** *Mobile Banking, Technology Acceptance Model, Perceived Usefulness.*

## 1. Pendahuluan

Pertumbuhan internet, Indonesia menjadi pangsa *netter* yang sangat potensial. Pertumbuhan internet di Indonesia yang pesat didorong oleh makin mudahnya biaya akses dan perangkat internet. Dahulu orang membutuhkan uang sekitar Rp. 10 juta untuk mengakses internet melalui ponsel, tetapi kini cukup 2 jutaan sudah relatif bisa. Namun presentase *netter* di Indonesia masih kalah jauh dibandingkan dengan negara asia seperti Singapura, Malaysia, Thailand, Cina. Hasil survey lembaga riset Nielsen menunjukkan

## PENGARUH PENGGUNAAN MOBILE BANKING TERHADAP MINAT NASABAH DALAM BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL

bahwa penetresi internet di Indonesia tahun 2008 mencapai 17% dari total penduduk di Indonesia atau naik dua kali lipat dibanding tahun 2005 (8%). Hal ini menunjukkan bukti bahwa masyarakat Indonesia memiliki potensi pertumbuhan dalam penggunaan internet[1].

Perkembangan *information and communication technology* (ICT) bagi dunia bisnis memudahkan berbagai transaksi perdagangan dapat dengan mudah dengan *cyberspace* melalui *electronic transaction*[2]. Dewasa ini, bank telah memanfaatkan teknologi informasi dalam layanan perbankannya dengan meluncurkan media layanan transaksi perbankan berbasis teknologi informasi, yaitu *mobile banking (m-banking)*. Layanan *m-banking* membuka kesempatan bagi nasabah untuk melakukan transaksi perbankan melalui perangkat *headphone* atau *Personal Data Assistant (PDA)*[3].

*Mobile banking* adalah fasilitas layanan dalam pemberian kemudahan akses maupun kecepatan dalam memperoleh informasi terkini dan transaksi finansial secara *real time*. *Mobile banking* dapat diakses oleh nasabah perorangan melalui ponsel yang memiliki teknologi GPRS. Produk layanan *mobile banking* adalah saluran distribusi bank untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah melalui teknologi GPRS dengan sarana telpon seluler (ponsel). Perkembangan teknologi informasi yang sedemikian pesat sangat mendukung dalam kecepatan dan kemudahan layanan transaksi perbankan terhadap nasabah.

Jika dilihat dari aktivitas finansial yang dilakukan, layanan *mobile banking* lebih banyak digunakan untuk mencari informasi. Bahkan, jumlah aktivitas pencarian informasi bisa tiga kali lipat dibandingkan dengan kegiatan transaksi. Hal ini dikarenakan karakter masyarakat Indonesia yang masih belum percaya akan transaksi menggunakan *mobile banking*, selain itu juga kepercayaan nasabah terhadap resiko keamanan dalam menggunakan *mobile banking* masih kurang sehingga menimbulkan kekhawatiran akan terkena penipuan masih tinggi. Ini salah satu sebab pertumbuhan layanan *mobile banking* cukup lambat[4]. Untuk mengetahui minat nasabah terhadap penggunaan *mobile banking* dalam melakukan transaksi maka dilakukan penelitian dengan menggunakan model penerimaan teknologi (*Technology Acceptance Model*) atau bisa disebut dengan model TAM dengan *Usefulness*[4].

Salah satu teori mengenai penggunaan sistem informasi yang dianggap sangat berpengaruh dan umumnya digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap penggunaan sistem informasi *Technology Acceptance Model (TAM)* merupakan suatu model penerimaan sistem informasi yang akan digunakan oleh pemakai (*user*)[5].

Permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini antara lain: Apakah *Usefulness* mempengaruhi minat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking*. Sedangkan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui Apakah *Usefulness* mempengaruhi minat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking*.

## 2. Kajian Literatur

Dunia sangat penting bagi perekonomian Indonesia, sehingga ada anggapan bahwa merupakan nyawa untuk menggerakkan roda perekonomian suatu negara, tetapi roda perbankan tidak dapat berjalan dengan baik apabila tidak didukung dengan adanya nasabah. Sebagai seorang nasabah memiliki berbagai kriteria yang dijadikan pertimbangan dalam memilih usaha perbankan yang akan digunakan. Penerapan strategi pemasaran yang dapat mempengaruhi para konsumen maupun nasabahnya sehingga membuat suatu keputusan dimana nasabah mempunyai keinginan untuk menggunakan fasilitas layanan *mobile banking*. Keputusan nasabah dalam menggunakan layanan fasilitas *elektronik banking* yaitu *mobile banking* dipengaruhi akal pemikiran atas informasi pengetahuan yang didapatkan[6].

Menurut Nurastuti, istilah *mobile banking* dianggap berkaitan erat dengan fasilitas perbankan melalui komunikasi bergerak seperti *handphone*, dengan penyediaan fasilitas yang hampir sama dengan ATM, kecuali mengambil uang *cash*[7]. Mallat et.al menyatakan bahwa layanan *mobile banking* dapat mengoperasikan layanan bank melalui *mobile device*[8]. Hampir semua bank di Indonesia telah menyediakan fasilitas *mobile banking* baik berupa SIMtolkit (Menu Layanan Data) maupun SMS *plain* (SMS Manual) atau dikenal dengan istilah SMS Banking[3].

TAM mendasarkan diri pada *Theory of Reasoned Action (TRA)* yang dikemukakan Ajzen dan Fishbein (1980), TRA menjelaskan adanya reaksi dan persepsi pengguna Teknologi Informasi (TI) yang pada akhirnya akan mempengaruhi sikapnya dalam penerimaan terhadap teknologi tersebut. Tujuan utama TAM adalah memberikan penjelasan tentang penentuan penerimaan komputer secara umum, memberikan penjelasan tentang perilaku atau sikap pengguna dalam suatu populasi. TAM menyatakan bahwa *behavioral intention to use* ditentukan oleh dua keyakinan yaitu: pertama, *perceived usefulness* yang didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang yakin bahwa menggunakan sistem akan meningkatkan kinerjanya[9].

Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) *Perceived usefulness* didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya. Persepsi terhadap kemanfaatan sebagai kemampuan subjektif pengguna di masa yang akan datang di mana dengan menggunakan sistem aplikasi yang spesifik akan meningkatkan kinerja dalam konteks organisasi. Persepsi kemanfaatan merupakan definisi dimana seseorang percaya dengan menggunakan suatu sistem dapat meningkatkan kinerja mereka. *Perceived usefulness* diukur melalui indikator seperti meningkatkan kinerja pekerjaan, menjadikan pekerjaan lebih mudah serta secara keseluruhan teknologi yang digunakan dirasakan bermanfaat. Selanjutnya *perceived usefulness* dapat diukur dengan indikator meningkatkan produktivitas, menjadikan kerja lebih efektif, dan pekerjaan menjadi lebih cepat[10].

# PENGARUH PENGGUNAAN MOBILE BANKING TERHADAP MINAT NASABAH DALAM BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL

## 3. Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yakni pengamatan langsung terhadap obyek yang diteliti guna mendapatkan data yang relevan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode penelitian analisis kuantitatif, yaitu menggunakan analisis data secara mendalam dalam bentuk angka. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan menggunakan metode angket sebagai teknik pengumpulan data yang akan diteliti Sampel yang digunakan dalam penelitian ini masyarakat kota Banda Aceh. Populasi dalam penelitian ini masyarakat kota Banda Aceh yang menggunakan layanan mobile banking yang berjumlah 30 orang responden yang beragam-ragam.

Skala pengukuran yang digunakan pada penelitian ini adalah: untuk mengukur *Usefulness* menggunakan skala likers bersekala 5 dengan skor : sangat setuju = 5, setuju = 4, kurang setuju = 3, tidak setuju = 2, sangat tidak setuju = 1. Kemudian data dianalisis dengan menggunakan SPSS Regresi sederhana guna mengetahui besarnya pengaruh *Usefulness*. Adapun rumus Regresi Sederhana adalah sebagai berikut[11]:

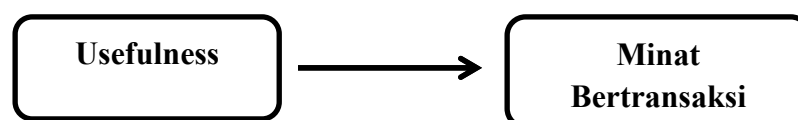
$$Y = a + b.X$$

Keterangan:

X = Usefulness  
Y = Minat Bertransaksi  
a dan b = Konstanta

## Hipotesis

Pada penelitian ini *usefulness* diduga mempengaruhi secara langsung terhadap minat transaksi. Faktor-faktor lainnya yang dapat mempengaruhi minat transaksi mobile banking tidak dibahas pada penelitian ini. Pada kerangka TAM berikut digambarkan bentuk hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat yang dibahas pada penelitian ini. Supaya dengan mudah diketahui faktor-faktor apa saja yang diteliti. Seperti yang ditampilkan pada gambar 1.



Gambar 1

H<sub>1</sub>: Terdapat pengaruh yang signifikan antara Usefulness dengan Minat bertransaksi.

H<sub>2</sub>: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Usefulness dengan Minat bertransaksi.

#### 4. Hasil dan Pembahasan

##### Uji Validitas

Validitas berasal dari kata validity yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu instrumen pengukur (tes) dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu tes dikatakan memiliki validitas yang tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukur secara tepat atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. Artinya hasil ukur dari pengukuran tersebut merupakan besaran yang mencerminkan secara tepat fakta atau keadaan sesungguhnya dari apa yang diukur[12].

##### Dasar Pengambilan Keputusan

$r_{hitung} > r_{tabel} = \text{Valid}$

$r_{hitung} < r_{tabel} = \text{Tidak Valid}$

Tabel 1. Hasil Uji Validitas angket Usefulness

No Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0,491	0,361	Valid
2	0,723	0,361	Valid
3	0,817	0,361	Valid
4	0,833	0,361	Valid
5	0,710	0,361	Valid

Uji validitas data pada koefisien korelasi antara tiap butir pertanyaan dengan total, kemudian dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  (pada signifikansi 0,05 dan  $N = 30$ ) menunjukkan nilai  $r_{tabel}$  yang didapat adalah 0,361 yang memiliki arti setiap butir pertanyaan menyatakan Valid.

##### Uji Reabilitas

Reliabilitas merupakan salah-satu ciri atau karakter utama instrumen pengukuran yang baik. Konsep reliabilitas dalam arti reliabilitas alat ukur berkaitan erat dengan masalah kekeliruan pengukuran. Kekeliruan pengukuran sendiri menunjukkan sejauh mana inkonsistensi hasil pengukuran terjadi apabila dilakukan pengukuran ulang terhadap kelompok subyek yang sama. Sedangkan konsep reliabilitas dalam arti reliabilitas hasil ukur berkaitan erat dengan kekeliruan dalam pengambilan sampel yang mengacu pada inkonsistensi hasil ukur apabila pengukuran dilakukan ulang pada kelompok yang berbeda[12].

##### Dasar Pengambilan Keputusan

$\text{Alpha} > r_{tabel} = \text{Konsisten}$

$\text{Alpha} < r_{tabel} = \text{Tidak konsisten}$

**PENGARUH PENGGUNAAN MOBILE BANKING TERHADAP MINAT NASABAH  
DALAM BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE  
MODEL**

Tabel 2. Output X<sub>1</sub>

Cronbach's Alpha	N of Items
,782	6

Tabel 3. Output Y

Cronbach's Alpha	N of Items
,790	6

Tabel 4. Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Alpha	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
X1	0,782	0,361	Reliabel
Y	0,790	0,361	Reliabel

Hasil uji reabilitas diperoleh nilai koefisien reabilitas angket X1 sebesar 0,782 dan Y sebesar 0,790 berdasarkan nilai koefisien reabilitas tersebut dapat disimpulkan bahwa semua angket dalam penelitian ini reliabel atau konsisten.

**Uji Normalitas KS Residual**

Uji normalitas kolmogorov smirnov merupakan bagian dari uji asumsi klasik. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang berdistribusi normal. Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- Jika nilai signifikansi > 0,05, maka nilai residual berdistribusi normal
- Jika nilai signifikansi < 0,05, maka nilai residual tidak berdistribusi normal

Dari hasil analisis data menggunakan SPSS maka di peroleh hasil sebagai berikut:

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,47532705
Most Extreme Differences	Absolute	,141
	Positive	,141
	Negative	-,103
Test Statistic		,141
Asymp. Sig. (2-tailed)		,135 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui nilai signifikansi  $0,135 > 0,05$ , maka dapat disimpulkan nilai residual berdistribusi normal.

**Uji Regresi Linier Sederhana**

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Usefulness <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: Minat

b. All requested variables entered.

Output bagian pertama (*variabel Entered/removed*) : tabel diatas menjelaskan tentang variabel yang dimasukkan serta metode yang digunakan. Dalam hal ini variabel yang dimasukkan adalah variabel *Usefulness* sebagai variabel Independent dan Minat sebagai variabel Dependent dan metode yang digunakan adalah metode Enter.

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,533 <sup>a</sup>	,284	,259	2,51914

a. Predictors: (Constant), Usefulness

Output bagian kedua (*Model Summary*) : tabel diatas menjelaskan besarnya nilai korelasi / hubungan (R) yaitu sebesar 0,533. Dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,259, yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas (*Usefulness*) terhadap variabel terikat (Minat) adalah sebesar 28,4%.

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

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	70,610	1	70,610	11,127	,002 <sup>b</sup>
	Residual	177,690	28	6,346		
	Total	248,300	29			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Usefulness

Output bagian ketiga (ANOVA) : Dari output tersebut diketahui bahwa nilai  $F_{hitung} = 11,127$  dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,002 < 0,05$ , maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksikan variabel Minat atau dengan kata lain ada pengaruh *Usefulness* (X) terdapat variabel Minat (Y)

**PENGARUH PENGGUNAAN MOBILE BANKING TERHADAP MINAT NASABAH  
DALAM BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE  
MODEL**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,449	3,999		1,863	,073
	Usefulness	,640	,192	,533	3,336	,002

a. Dependent Variable: Minat

Output bagian keempat (Coefficients) : Diketahui nilai konstan (a) sebesar 7,449, sedangkan nilai Usefulness (b / koefisien regresi) sebesar 0,640 sehingga persamaan regresinya dapat ditulis:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 7,449 + 0,640X$$

Persamaan tersebut dapat diterjemahkan :

- Konstanta sebesar 7,449, mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel Minat adalah 7,449.
- Koefisien regresi X sebesar 0,640 menyatakan bahwa setiap pertambahan 1% nilai Usefulness, maka nilai Minat bertambah sebesar 0,640. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif.

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,449	3,999		1,863	,073
	Usefulness	,640	,192	,533	3,336	,002

a. Dependent Variable: Minat

**Pengambilan keputusan dalam Uji regresi sederhana**

- Berdasarkan nilai signifikansi : dari tabel coefficientts diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,02 < 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Usefulness (X) berpebgaruh terhadap variabel Minat (Y).
- Berdasarkan nilai t : diketahui nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $3,336 > t_{tabel} 2,048$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Usefulness (X) berpengaruh terhadap variabel minat (Y)



**Cara mencari  $t_{tabel}$**

$$T_{tabel} = (a/2 : n-k-1)$$

$$T_{tabel} = (0,05/2 : 30 - 1 - 1)$$

$$T_{tabel} = (0,025 : 28)$$

**5. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Diketahui bahwa nilai  $F_{hitung} = 11,127$  dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,002 < 0,05$ , maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksikan variabel Minat atau dengan kata lain ada pengaruh *Usefulness* (X) terhadap variabel Minat (Y).
2. Koefisien regresi X sebesar 0,640 menyatakan bahwa setiap pertambahan 1% nilai *Usefulness*, maka nilai Minat bertambah sebesar 0,640. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif

**Ucapan Terimakasih**

Penulis menyampaikan terima kasih kepada para responden serta semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian penelitian ini.

**DAFTAR PUSTAKA**

- [1] Harianto Respati, "PENGENDALIAN TEKNOLOGI INFORMASI BANK PADA ERA CYBERBANKING," *J. Ekon. Mod.*, vol. 4, no. 3, pp. 240–248, 2008.
- [2] Jonson Rajagukguk; Poltak Sihombing, "Optimalisasi Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (ICT) sebagai Peluang di Era Globalisasi Ekonomi," in *Prosiding Seminar Teknologi Informasi STMIK IBBI*, 2012.
- [3] A. Wardhana, "Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah di Indonesia [Effect of Mobile Banking (M-Banking) Service Quality on Customer Satisfaction in Indonesia]," *DeReMa (Development Res. Manag. J. Manaj.*, vol. 10, no. 2, pp. 273–284, 2015.
- [4] Hikmatul Wasilah, "Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah BRI Syariah Cabang Mataram," UIN Mataram, 2006.
- [5] E. Yani, A. F. Lestari, H. Amalia, and A. Puspita, "Pengaruh Internet Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Dengan Technology Acceptance Model," *J. Inform.*, vol. 5, no. 1, pp. 34–42, 2018.
- [6] Bastian Amanullah, "PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, KEMUDAHAN

**PENGARUH PENGGUNAAN MOBILE BANKING TERHADAP MINAT NASABAH  
DALAM BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE  
MODEL**

PENGGUNAAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP SIKAP POSITIF  
PENGGUNAAN LAYANAN MOBILE BANKING (Survey Pada Nasabah Bank  
BCA Semarang),” Universitas Diponegoro, 2014.

- [7] Wiji Nurastuti, *Teknologi Perbankan*. Jakarta: Graha Ilmu, 2011.
- [8] Niina Mallat, “Exploring consumer adoption of mobile payments - A qualitative study,” *J. Strateg. Inf. Syst.*, vol. 16, no. 4, pp. 413–432, 2007.
- [9] Fran Sayekti; Pulasna Putarta, “PENERAPAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) DALAM PENGUJIAN MODEL PENERIMAAN SISTEM INFORMASI KEUANGAN DAERAH,” *J. Manaj. Teor. dan Terap.*, vol. 9, no. 3, 2016.
- [10] R. Y. D. Abi Fadlan, “PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI KEGUNAAN TERHADAP PENGGUNAAN MOBILE BANKING (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Mobile Banking Universitas Brawijaya),” *J. Adm. Bisnis*, vol. 62, no. 1, pp. 82–89, 2018.
- [11] Eko Putra, “Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Citra Swalayan Dengan Variabel Intervening Service Quality,” *e-Journal Apresiasi Ekon.*, vol. 2, no. 2, pp. 89–94, 2014.
- [12] S. Azwar, *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005.