

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Peneliti melakukan penelitian mengenai dampak dari *e-service quality* aplikasi TIX ID terhadap *e-loyalty* dengan judul “Analisis Pengaruh *E-Service Quality* Aplikasi TIX ID terhadap *E-Loyalty*.” Variabel bebas di dalam penelitian ini adalah *e-service quality* (X), terdiri dari tujuh dimensi yang peneliti gunakan di dalam penelitian ini. Tujuh dimensi tersebut antara lain *efficiency* (X1), *fulfillment* (X2), *system availability* (X3), *privacy* (X4), *responsiveness* (X5), *compensation* (X6), dan *contact* (X7). Sementara itu, variabel terikat di dalam penelitian ini adalah *e-loyalty* (Y). Berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data, peneliti mampu menarik sejumlah kesimpulan sebagai berikut:

1. ***Efficiency* (X1) aplikasi TIX ID menurut pengguna:**

Berdasarkan hasil dari pengolahan data yang telah peneliti lakukan dengan 97 responden, mampu diketahui bahwa *efficiency* atau “...tingkat kemudahan dan kecepatan dalam mengakses dan menggunakan situs” yang ditawarkan oleh aplikasi TIX ID kepada para penggunanya termasuk ke dalam kategori baik. Pernyataan tersebut didukung oleh nilai rata-rata total pada analisis deskriptif untuk variabel *efficiency* yang berada dalam rentang 3,4 hingga 4,2, yakni sebesar 3,563 sehingga termasuk ke dalam kategori baik. Dengan demikian, peneliti menarik kesimpulan bahwa kualitas *efficiency* dari aplikasi TIX ID dianggap baik oleh para penggunanya.

2. ***Fulfillment* (X2) aplikasi TIX ID menurut pengguna:**

Berdasarkan hasil dari pengolahan data yang telah peneliti lakukan dengan 97 responden, mampu diketahui bahwa *fulfillment* atau “...sejauh mana janji dari situs mengenai pengiriman pesanan dan ketersediaan barang terpenuhi” yang ditawarkan oleh aplikasi TIX ID kepada para penggunanya termasuk ke dalam kategori baik. Pernyataan tersebut didukung oleh nilai rata-rata total pada analisis deskriptif untuk variabel *fulfillment* yang berada dalam rentang 3,4 hingga 4,2, yakni sebesar 3,503 sehingga termasuk ke dalam kategori baik. Dengan demikian,

peneliti menarik kesimpulan bahwa kualitas *fulfillment* dari aplikasi TIX ID dianggap baik oleh para penggunanya.

3. *System availability* (X3) aplikasi TIX ID menurut pengguna:

Berdasarkan hasil dari pengolahan data yang telah peneliti lakukan dengan 97 responden, mampu diketahui bahwa *system availability* atau "...kebenaran fungsi teknis dari situs" yang ditawarkan oleh aplikasi TIX ID kepada para penggunanya termasuk ke dalam kategori baik. Pernyataan tersebut didukung oleh nilai rata-rata total pada analisis deskriptif untuk variabel *system availability* yang berada dalam rentang 3,4 hingga 4,2, yakni sebesar 3,477 sehingga termasuk ke dalam kategori baik. Dengan demikian, peneliti menarik kesimpulan bahwa kualitas *system availability* dari aplikasi TIX ID dianggap baik oleh para penggunanya.

4. *Privacy* (X4) aplikasi TIX ID menurut pengguna:

Berdasarkan hasil dari pengolahan data yang telah peneliti lakukan dengan 97 responden, mampu diketahui bahwa *privacy* atau "...sejauh mana situs tersebut aman dan melindungi informasi pengguna" yang ditawarkan oleh aplikasi TIX ID kepada para penggunanya termasuk ke dalam kategori cukup. Pernyataan tersebut didukung oleh nilai rata-rata total pada analisis deskriptif untuk variabel *privacy* yang berada dalam rentang 2,6 hingga 3,4, yakni sebesar 3,072 sehingga termasuk ke dalam kategori cukup. Dengan demikian, peneliti menarik kesimpulan bahwa kualitas *privacy* dari aplikasi TIX ID dianggap cukup oleh para penggunanya.

5. *Responsiveness* (X5) aplikasi TIX ID menurut pengguna:

Berdasarkan hasil dari pengolahan data yang telah peneliti lakukan dengan 97 responden, mampu diketahui bahwa *responsiveness* atau "...penanganan masalah yang efektif dan pengembalian melalui situs" yang ditawarkan oleh aplikasi TIX ID kepada para penggunanya termasuk ke dalam kategori cukup walaupun berpengaruh secara signifikan terhadap *e-loyalty*. Pernyataan tersebut didukung oleh nilai rata-rata total pada analisis deskriptif untuk variabel *responsiveness* yang berada dalam rentang 2,6 hingga 3,4 (sebesar 3,084) sehingga termasuk ke dalam kategori cukup dan berdasarkan Uji T (Uji Pengaruh Parsial) didapatkan hasil dimana *responsiveness* berpengaruh positif (signifikan)

terhadap *e-loyalty*. Dengan demikian, peneliti menarik kesimpulan bahwa meskipun *responsiveness* aplikasi TIX ID berpengaruh secara signifikan terhadap *e-loyalty*, kualitas dari *responsiveness* secara mandiri tidak buruk, tetapi juga kurang baik.

6. *Compensation* (X6) aplikasi TIX ID menurut pengguna:

Berdasarkan hasil dari pengolahan data yang telah peneliti lakukan dengan 97 responden, mampu diketahui bahwa *compensation* atau “...sejauh mana situs memberikan kompensasi kepada pelanggan atas masalah” yang ditawarkan oleh aplikasi TIX ID kepada para penggunanya termasuk ke dalam kategori cukup. Pernyataan tersebut didukung oleh nilai rata-rata total pada analisis deskriptif untuk variabel *compensation* yang berada dalam rentang 2,6 hingga 3,4, yakni sebesar 3,141 sehingga termasuk ke dalam kategori cukup. Dengan demikian, peneliti menarik kesimpulan bahwa kualitas *compensation* dari aplikasi TIX ID dianggap cukup oleh para penggunanya.

7. *Contact* (X7) aplikasi TIX ID menurut pengguna:

Berdasarkan hasil dari pengolahan data yang telah peneliti lakukan dengan 97 responden, mampu diketahui bahwa *contact* atau “...ketersediaan bantuan melalui telepon atau perwakilan melalui media *online*” yang ditawarkan oleh aplikasi TIX ID kepada para penggunanya termasuk ke dalam kategori cukup. Pernyataan tersebut didukung oleh nilai rata-rata total pada analisis deskriptif untuk variabel *contact* yang berada dalam rentang 2,6 hingga 3,4, yakni sebesar 3,080 sehingga termasuk ke dalam kategori cukup. Dengan demikian, peneliti menarik kesimpulan bahwa kualitas *contact* dari aplikasi TIX ID dianggap cukup oleh para penggunanya.

8. *E-loyalty* (Y) para pengguna terhadap aplikasi TIX ID:

E-loyalty atau “...niat pelanggan untuk mengunjungi kembali sebuah situs *web* dan mempertimbangkan untuk membeli dari situs tersebut di masa depan” merupakan variabel terikat di dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil dari pengolahan data yang telah peneliti lakukan dengan responden sebanyak 97 orang, mampu diketahui bahwa *e-loyalty* yang dimiliki oleh para pengguna aplikasi TIX ID terhadap aplikasi tersebut termasuk ke dalam kategori cukup. Pernyataan tersebut didukung oleh nilai rata-rata total pada analisis deskriptif untuk variabel *e-loyalty* yang berada dalam

rentang 2,6 hingga 3,4, yakni sebesar 3,311 sehingga termasuk ke dalam kategori cukup. Dengan demikian, peneliti menarik kesimpulan bahwa *e-loyalty* para pengguna aplikasi TIX ID terhadap aplikasi tersebut adalah cukup.

9. Pengaruh *efficiency* (X1) aplikasi TIX ID terhadap *e-loyalty* (Y):

Berdasarkan pengolahan data atas variabel *efficiency* yang peneliti lakukan menggunakan Uji T (Uji Pengaruh Parsial) dengan 97 responden, diketahui bahwa nilai *p-value* lebih kecil dari 0,05 (sebesar 0,008) dan nilai T Hitung lebih besar dari 1,990 (sebesar 2,715). Hasil tersebut mengindikasikan bahwa terdapat signifikansi pengaruh *efficiency* yang ditawarkan oleh aplikasi TIX ID terhadap *e-loyalty* yang dimiliki oleh para penggunanya. Dengan demikian, peneliti menarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh positif dari *efficiency* terhadap *e-loyalty* sehingga kualitas *efficiency* aplikasi TIX ID berpengaruh positif terhadap *e-loyalty* para pengguna.

10. Pengaruh *fulfillment* (X2) aplikasi TIX ID terhadap *e-loyalty* (Y):

Berdasarkan pengolahan data atas variabel *fulfillment* yang peneliti lakukan menggunakan Uji T (Uji Pengaruh Parsial) dengan 97 responden, diketahui bahwa nilai *p-value* lebih kecil dari 0,05 (sebesar 0,027) dan nilai T Hitung lebih besar dari 1,990 (sebesar 2,251). Hasil tersebut mengindikasikan bahwa terdapat signifikansi pengaruh *fulfillment* yang ditawarkan oleh aplikasi TIX ID terhadap *e-loyalty* yang dimiliki oleh para penggunanya. Dengan demikian, peneliti menarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh positif dari *fulfillment* terhadap *e-loyalty* sehingga kualitas *fulfillment* aplikasi TIX ID berpengaruh positif terhadap *e-loyalty* para pengguna.

11. Pengaruh *system availability* (X3) aplikasi TIX ID terhadap *e-loyalty* (Y):

Berdasarkan pengolahan data atas variabel *system availability* yang peneliti lakukan menggunakan Uji T (Uji Pengaruh Parsial) dengan 97 responden, diketahui bahwa nilai *p-value* lebih besar dari 0,05 (sebesar 0,447) dan nilai T Hitung lebih kecil dari 1,990 (sebesar 0,764). Hasil tersebut mengindikasikan bahwa tidak terdapat signifikansi pengaruh *system availability* yang ditawarkan oleh aplikasi TIX ID terhadap tingginya *e-loyalty* yang dimiliki oleh para penggunanya. Dengan

demikian, peneliti menarik kesimpulan bahwa kualitas *system availability* aplikasi TIX ID tidak berpengaruh secara positif terhadap tingginya *e-loyalty* yang dimiliki para pengguna.

12. Pengaruh *privacy* (X4) aplikasi TIX ID terhadap *e-loyalty* (Y):

Berdasarkan pengolahan data atas variabel *privacy* yang peneliti lakukan menggunakan Uji T (Uji Pengaruh Parsial) dengan 97 responden, diketahui bahwa nilai *p-value* lebih besar dari 0,05 (sebesar 0,833) dan nilai T Hitung lebih kecil dari 1,990 (sebesar 0,212). Hasil tersebut mengindikasikan bahwa tidak terdapat signifikansi pengaruh *privacy* yang ditawarkan oleh aplikasi TIX ID terhadap *e-loyalty* yang dimiliki oleh para penggunanya. Dengan demikian, peneliti menarik kesimpulan bahwa kualitas *privacy* aplikasi TIX ID tidak berpengaruh secara positif terhadap tingginya *e-loyalty* yang dimiliki para pengguna.

13. Pengaruh *responsiveness* (X5) aplikasi TIX ID terhadap *e-loyalty* (Y):

Berdasarkan pengolahan data atas variabel *responsiveness* yang peneliti lakukan menggunakan Uji T (Uji Pengaruh Parsial) dengan 97 responden, diketahui bahwa nilai *p-value* lebih kecil dari 0,05 (sebesar 0,041) dan nilai T Hitung lebih besar dari 1,990 (sebesar 2,070). Hasil tersebut mengindikasikan bahwa terdapat signifikansi pengaruh *responsiveness* yang ditawarkan oleh aplikasi TIX ID terhadap *e-loyalty* yang dimiliki oleh para penggunanya sehingga kualitas *responsiveness* aplikasi TIX ID berpengaruh terhadap besarnya *e-loyalty* para pengguna. Akan tetapi, berdasarkan analisis deskriptif mampu diketahui bahwa nilai rata-rata total untuk variabel *responsiveness* berada dalam rentang 2,6 hingga 3,4, yakni sebesar 3,084 sehingga termasuk ke dalam kategori cukup. Dengan demikian, meskipun terdapat pengaruh positif dari *responsiveness* terhadap *e-loyalty*, mampu diketahui para pengguna beranggapan bahwa *responsiveness* aplikasi TIX ID cukup sehingga tidak buruk tetapi juga kurang baik.

14. Pengaruh *compensation* (X6) aplikasi TIX ID terhadap *e-loyalty* (Y):

Berdasarkan pengolahan data atas variabel *compensation* yang peneliti lakukan menggunakan Uji T (Uji Pengaruh Parsial) dengan 97 responden, diketahui bahwa nilai *p-value* lebih besar dari 0,05 (sebesar 0,645) dan nilai T Hitung lebih kecil dari 1,990 (sebesar 0,462). Hasil tersebut mengindikasikan bahwa tidak terdapat signifikansi pengaruh

compensation yang ditawarkan oleh aplikasi TIX ID terhadap *e-loyalty* yang dimiliki oleh para penggunanya. Dengan demikian, peneliti menarik kesimpulan bahwa kualitas *compensation* aplikasi TIX ID tidak berpengaruh secara positif terhadap tingginya *e-loyalty* yang dimiliki para pengguna.

15. Pengaruh *contact* (X7) aplikasi TIX ID terhadap *e-loyalty* (Y):

Berdasarkan pengolahan data atas variabel *contact* yang peneliti lakukan menggunakan Uji T (Uji Pengaruh Parsial) dengan 97 responden, diketahui bahwa nilai *p-value* lebih besar dari 0,05 (sebesar 0,752) dan nilai T Hitung lebih kecil dari 1,990 (sebesar 0,317). Hasil tersebut mengindikasikan bahwa tidak terdapat signifikansi pengaruh *contact* yang ditawarkan oleh aplikasi TIX ID terhadap *e-loyalty* yang dimiliki oleh para penggunanya. Dengan demikian, peneliti menarik kesimpulan bahwa kualitas *contact* aplikasi TIX ID tidak berpengaruh secara positif terhadap tingginya *e-loyalty* yang dimiliki para pengguna.

16. Besarnya pengaruh *efficiency* (X1), *fulfillment* (X2), *system availability* (X3), *privacy* (X4), *responsiveness* (X5), *compensation* (X6), dan *contact* (X7) aplikasi TIX ID secara bersamaan terhadap *e-loyalty* (Y):

Berdasarkan pengolahan data yang peneliti lakukan menggunakan Uji F (Uji Pengaruh Simultan) dengan 97 responden, peneliti mendapatkan nilai signifikansi (sig.) atau *p-value* lebih kecil dari 0,05 (sebesar 0,000). Sementara itu, peneliti mendapatkan nilai F Tabel sebesar 2,11 sehingga lebih kecil dari nilai F hitung (sebesar 32,730). Dengan demikian, mampu diketahui bahwa variabel X yang terdiri dari *efficiency* (X1), *fulfillment* (X2), *system availability* (X3), *privacy* (X4), *responsiveness* (X5), *compensation* (X6), dan *contact* (X7) berpengaruh secara simultan terhadap *e-loyalty* (Y). Peneliti menarik kesimpulan bahwa kualitas *efficiency*, *fulfillment*, *system availability*, *privacy*, *responsiveness*, *compensation*, dan *contact* aplikasi TIX ID berpengaruh terhadap tingginya pula *e-loyalty*. Adapun berdasarkan Uji Koefisien Determinasi diketahui bahwa besarnya pengaruh simultan dari seluruh variabel bebas (*e-service quality*) dalam menjelaskan variabel terikat (*e-loyalty*) adalah sebesar 69,8%.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian yang peneliti dapatkan dari hasil pengolahan dan analisis data, peneliti mampu memberikan sejumlah saran sebagai berikut:

5.2.1. Saran bagi Pihak Pengelola Aplikasi TIX ID (Karyawan PT Nusantara Elang Sejahtera)

- ***Efficiency* (Berpengaruh Positif Terhadap *E-Loyalty*; Kualitasnya Dianggap Baik)**

Berdasarkan hasil dari pengolahan data atas kuesioner yang direspons oleh 97 responden, mampu diketahui bahwa dimensi *efficiency* pada aplikasi TIX ID memiliki pengaruh signifikan terhadap *e-loyalty* para penggunanya. Dengan demikian, dimensi *efficiency* penting untuk terus diperhatikan karena tingkat baik atau buruknya mampu memengaruhi *e-loyalty* sebagai salah satu faktor penentu profitabilitas serta prospek PT Nusantara Elang Sejahtera. Berdasarkan pengolahan data, didapatkan hasil dimana para pengguna aplikasi TIX ID menganggap bahwa *efficiency* aplikasi TIX ID adalah baik.

Berikut adalah sejumlah hal yang perlu diketahui seputar dimensi *efficiency* pada aplikasi TIX ID:

1. *Efficiency* adalah adanya kecepatan dan kemudahan bagi para pengguna dalam mengakses aplikasi TIX ID,
2. Setelah adanya kecepatan dan kemudahan aksesibilitas, para pengguna mampu memasuki tahap selanjutnya, yaitu mengoperasikan dan mencari apa yang pengguna butuhkan, dan
3. Kualitas aplikasi saat pengguna mengoperasikan serta mencari apa yang mereka butuhkan mampu didukung oleh adanya informasi yang terstruktur dengan baik dan adanya kecepatan bagi aplikasi TIX ID dalam memuat halaman.

Secara lebih lanjut, peneliti merumuskan sejumlah saran bagi karyawan PT Nusantara Elang Sejahtera selaku pengelola aplikasi TIX ID berkaitan dengan dimensi *efficiency*, yakni sebagai berikut:

1. **Mempertahankan warna yang digunakan pada logo aplikasi TIX ID.**

Mempertahankan warna yang digunakan pada logo aplikasi TIX ID yakni warna biru tua sebagai warna *background* dan warna putih

sebagai warna tulisan. Dengan demikian, para pengguna aplikasi TIX ID tetap mampu memiliki anggapan positif terhadap tingkat kemudahan aksesibilitas aplikasi. Selain karena warna yang kontras, logo yang digunakan pada saat ini (yang telah digunakan sejak awal aplikasi TIX ID diluncurkan pada tahun 2018) telah melekat pada masyarakat Indonesia sehingga bersifat familiar dan memiliki nilai jual tersendiri. Peneliti menyimpulkan bahwa dengan mempertahankan logo pada saat ini, PT Nusantara Elang Sejahtera telah mempertahankan *trademark* perusahaan yang merupakan salah satu *intangible asset* yang berharga. Proses modernisasi logo mampu dilakukan dengan mempertahankan komposisi warna dan tingkat kemudahannya dalam dikenali menyerupai logo yang digunakan pada saat ini.

2. Tidak sering memindahkan lokasi fitur pada tampilan aplikasi.

Fitur pada tampilan aplikasi seperti “beranda” pada bagian paling kiri, “bioskop” pada bagian tengah, dan “tiket” pada bagian paling kanan, serta “profil” pada bagian kiri atas. Penambahan layanan seperti layanan *streaming* film atau drama pada masa pandemi COVID-19 mampu dilakukan pada bagian beranda, dengan tidak menghapuskan layanan konvensional dari aplikasi TIX ID yang telah dikenal dan melekat pada masyarakat Indonesia. Dengan seringnya pemindahan fitur aplikasi sebagai bentuk usaha untuk memperbarui serta inovasi tidak selalu berpengaruh terhadap kepuasan para pengguna, tetapi mampu membuat kebingungan serta kesulitan dalam menemukan apa yang dibutuhkan karena perubahan yang dilakukan pada intensitas tertentu.

3. Tidak menghapuskan layanan pemesanan tiket bioskop selama masa pandemi COVID-19.

Layanan pemesanan tiket bioskop secara *online* yang ditawarkan tidak perlu dihapuskan pada aplikasi TIX ID, meskipun hanya untuk sementara (hingga pandemi COVID-19 berakhir) sehingga pengelola aplikasi TIX ID tidak perlu repot merubah layanan-layanan yang disediakan tergantung situasi yang terjadi. Terlalu sering mengubahnya juga mampu meningkatkan risiko bagi aplikasi TIX ID untuk mengalami *crash* atau setidaknya menjadi lama ketika sedang

memuat halaman sehingga mampu menurunkan *efficiency* dari aplikasi.

4. Tidak sering mengubah bahasa serta urutan tombol pada tampilan aplikasi.

Bahasa yang digunakan sebagai *keyword* pada tampilan aplikasi TIX ID mampu tersimpan pada pikiran setiap pengguna sehingga perubahan tidak terlalu penting untuk dilakukan, kecuali terdapat kesalahan kata. Dengan demikian, para pengguna aplikasi TIX ID mampu menghemat waktu dalam mencari apa yang mereka butuhkan, berkegiatan (memilih film, transaksi, *top up*, dan sebagainya) secara efektif.

5. Tidak terlalu sering menawarkan *update* aplikasi saat pengguna membuka beranda aplikasi.

Update pada aplikasi mampu ditawarkan pada *menu* di *Playstore* saja, sementara pada tampilan beranda aplikasi TIX ID tidak perlu untuk diberikan atau tidak terlalu sering. Tingginya intensitas penawaran *update* aplikasi di dalam aplikasi TIX ID mampu menguras waktu dari para pengguna aplikasi TIX ID yang biasanya membutuhkan kecepatan dalam melakukan pemilihan film. Pemilihan tersebut membutuhkan waktu yang singkat dalam memilih film, yang mana para pengguna perlu untuk dipuaskan dengan mampu mendapatkan lokasi tempat duduk sesuai dengan keinginan, serta tidak kehabisan atau terlewat dari jadwal film yang diinginkan tersebut.

Dengan demikian, mampu disimpulkan bahwa peneliti menyarankan kepada pihak pengelola aplikasi TIX ID untuk senantiasa mempertahankan, bahkan meningkatkan kecepatan dan kemudahan aksesibilitas aplikasi TIX ID.

• ***Fulfillment* (Berpengaruh Positif Terhadap *E-Loyalty*; Kualitasnya Dianggap Baik)**

Berdasarkan hasil dari pengolahan data atas kuesioner yang direspons oleh 97 responden, mampu diketahui bahwa dimensi *fulfillment* pada aplikasi TIX ID memiliki pengaruh signifikan terhadap *e-loyalty* para penggunanya. Dengan demikian, dimensi *fulfillment* penting untuk terus diperhatikan karena tingkat baik atau buruknya mampu memengaruhi e-

loyalty sebagai salah satu faktor penentu profitabilitas serta prospek PT Nusantara Elang Sejahtera. Berdasarkan pengolahan data, didapatkan hasil dimana para pengguna aplikasi TIX ID menganggap bahwa *fulfillment* aplikasi TIX ID adalah baik.

Berikut adalah sejumlah hal yang perlu diketahui seputar dimensi *fulfillment* pada aplikasi TIX ID:

1. *Fulfillment* adalah adanya pemenuhan janji dari aplikasi TIX ID atas ketersediaan dan pengiriman tiket bioskop melalui aplikasi.
2. Dengan baiknya penepatan janji dari aplikasi TIX ID, para pengguna mampu memiliki kepercayaan terhadap reliabilitas serta profesionalisme aplikasi TIX ID.

Berikut adalah sejumlah saran yang mampu peneliti sampaikan kepada karyawan PT Nusantara Elang Sejahtera selaku pengelola aplikasi TIX ID berkaitan dengan dimensi *fulfillment*:

1. Mengurangi kegiatan *maintenance* yang mampu meningkatkan risiko *crash* pada aplikasi dan membuat operasional lambat.

Kegiatan penambahan fitur, memperbaiki fitur, serta penawaran *update* yang pada dasarnya ditawarkan kepada para pengguna aplikasi untuk meningkatkan kepuasan perlu untuk dilakukan pada waktu serta metode yang tepat. Waktu yang tepat misalnya adalah pada saat *traffic* penggunaan tidak terlalu sibuk, seperti pada sore hingga malam hari, atau pada *weekday*. Metode yang tepat adalah menggunakan cara yang tidak membuat operasional aplikasi TIX ID terganggu, seperti menjadi *crash* dan lambat. Dengan adanya masalah pada operasional aplikasi TIX ID, maka pemenuhan janji yang diberikan kepada pengguna mampu terganggu. Misalnya adalah mengakibatkan informasi ketersediaan tiket dan tempat duduk menjadi kurang akurat, ketidaksesuaian tiket bioskop yang diberikan dengan yang dipesan oleh pengguna, serta lambatnya pemberian *barcode* tiket bioskop yang telah dipesan oleh para pengguna aplikasi TIX ID untuk dideteksi di bioskop.

2. Melakukan peningkatan kapasitas *server* aplikasi TIX ID yang ditinjau dan ditingkatkan seiring dengan meningkatnya pula jumlah pengguna aplikasi.

Semakin meningkatnya jumlah pengguna aplikasi TIX ID mampu membuat *server* menjadi *down*, sebab operasionalnya tidak mampu menyanggupi tingginya kuantitas pengguna pada waktu yang bersamaan. *Server* yang *down* tentunya mampu membuat aplikasi TIX ID sangat lama (*loading*), bahkan tidak mampu digunakan sama sekali. Hal tersebut menyebabkan aplikasi TIX ID tidak mampu memenuhi janji kepada para penggunanya. Janji yang tidak mampu dipenuhi tersebut adalah bagi para pengguna yang sedang berkegiatan (mencari film bahkan sedang melakukan transaksi) sehingga mampu memunculkan masalah serta ketidaksesuaian berikutnya. Dengan demikian, pengelola aplikasi TIX ID perlu untuk melakukan peningkatan kapasitas *server* yang jauh melebihi jumlah pengguna aplikasi pada tahun yang bersangkutan, yakni sebagai bentuk mitigasi risiko atas meningkatnya jumlah pengguna pada tahun berikutnya. Peningkatan tersebut mampu dikurangi pada masa pandemi COVID-19 karena keterbatasan yang terjadi bagi masyarakat Indonesia untuk menonton film di bioskop. Penambahan *server* dilakukan seiring dengan penambahan fitur layanan aplikasi TIX ID berupa layanan *streaming* seperti yang dilakukan oleh Netflix, Viu, HOOQ, HBO, dan lain sebagainya. Penambahan layanan tersebut mampu meningkatkan jumlah pengguna, yakni para pengguna baru sehingga apabila terdapat pelonggaran atau pembebasan dari pemerintah untuk menonton film di bioskop, mampu terdapat lonjakan pengguna aplikasi TIX ID secara signifikan, yakni para pengguna yang menggunakan aplikasi untuk *streaming* maupun untuk memesan tiket bioskop secara *online*.

Peningkatan kualitas *fulfillment* mampu dilakukan secara komprehensif dan konsisten, tetapi juga secara progresif. Implementasinya adalah dengan melakukan pertimbangan dari sisi konsumen atau pengguna, yakni pada tahap sebelum dan sesudah transaksi terjadi pada aplikasi TIX ID. Berdasarkan saran-saran yang peneliti berikan berkaitan dengan dimensi *fulfillment*, mampu disimpulkan bahwa pihak pengelola aplikasi TIX ID perlu untuk senantiasa mempertahankan serta meningkatkan kualitas pemenuhan janji pada pengguna. Janji yang dipenuhi adalah

berkaitan dengan pengiriman dan ketersediaan tiket kepada pengguna yang melakukan transaksi pada aplikasi TIX ID.

- ***Responsiveness* (Berpengaruh Positif Terhadap *E-Loyalty*; Kualitasnya Dianggap Cukup)**

Berdasarkan hasil dari pengolahan data atas kuesioner yang direspons oleh 97 responden, mampu diketahui bahwa dimensi *responsiveness* pada aplikasi TIX ID memiliki pengaruh signifikan terhadap *e-loyalty* para penggunanya. Hal tersebut menandakan bahwa tingkat baik atau buruknya *responsiveness* aplikasi TIX ID mampu memengaruhi *e-loyalty* sebagai salah satu faktor penentu profitabilitas serta prospek PT Nusantara Elang Sejahtera. Akan tetapi, para pengguna aplikasi TIX ID menganggap bahwa *responsiveness* aplikasi TIX ID kurang baik tetapi tidak buruk, yakni cukup sehingga terdapat urgensi bagi pengelola aplikasi TIX ID untuk memerhatikan dan meningkatkan kualitasnya.

Berikut adalah sejumlah hal yang perlu diketahui seputar dimensi *responsiveness* pada aplikasi TIX ID:

1. *Responsiveness* adalah adanya penanganan masalah yang efektif dan pengembalian melalui aplikasi TIX ID, seperti inisiatif dalam merespons dan memperbaiki masalah yang dihadapi para pengguna.
2. Anggapan cukup mengenai *responsiveness* aplikasi TIX ID mengindikasikan adanya ekspektasi dari para pengguna untuk mendapatkan respons serta inisiatif dari pengelola aplikasi TIX ID dalam memperbaiki masalah yang mereka hadapi dan keluhkan saat menggunakan aplikasi melalui kontak yang tersedia.

Berikut adalah sejumlah saran yang mampu peneliti sampaikan kepada karyawan PT Nusantara Elang Sejahtera selaku pengelola aplikasi TIX ID berkaitan dengan dimensi *responsiveness*:

1. **Menjadikan *responsiveness* sebagai prioritas perbaikan, karena merupakan representasi dari keseluruhan dimensi *recovery e-service quality*.**

Dimensi *responsiveness* mampu menjadi representasi dari keseluruhan dimensi *recovery* yang dimiliki oleh *e-service quality*, yakni *responsiveness*, *compensation*, dan *contact*. Kenyataan bahwa dimensi *responsiveness* berpengaruh secara signifikan terhadap *e-loyalty* tetapi dianggap cukup oleh para pengguna menjadi urgensi

untuk memerhatikan setiap indikator dari *responsiveness*, yakni kecepatan dan inisiatif pengelola aplikasi TIX ID dalam merespons masalah atau keluhan pengguna, serta efektivitas solusi yang diberikan atas masalah atau keluhan yang telah diidentifikasi sebelumnya. Peningkatan kecepatan, inisiatif, serta efektivitas solusi yang ditawarkan mampu direalisasikan melalui penyediaan kontak resmi yang memadai dan mudah diakses oleh para pengguna.

2. Merespons masalah atau keluhan yang disampaikan pengguna melalui media resmi dalam 1x24 jam.

Memerhatikan tingkat kecepatan dalam merespons masalah atau kendala yang dihadapi oleh pengguna, sebab para pengguna biasanya membutuhkan respons instan atas masalah yang sedang mereka hadapi pada waktu tertentu. Adapun besarnya masalah dari setiap pengguna yang menyampaikan keluhan tersebut tidak perlu diperhatikan, sebab lebih baik untuk merespons dan memperbaiki keluhan yang terlebih dahulu disampaikan oleh pengelola profesional yang jumlahnya disesuaikan.

3. Penambahan pengelola profesional yang berfokus pada kendala/keluhan pengguna (tidak *multitasking*) diperlukan untuk memampukan adanya inisiatif.

Tingkat kecepatan dan efektivitas respons serta solusi atas masalah yang dihadapi oleh pengguna sama-sama penting. Dengan demikian, diperlukan pengelola yang profesional dan berfokus pada bagian *recovery* dari aplikasi TIX ID. Dalam rangka meningkatkan *responsiveness* yang memerlukan adanya kecepatan, inisiatif, dan efektivitas solusi, perlu diwujudkan dengan memadainya jumlah pekerja di dalam bagian ini. Dengan demikian, tidak hanya kecepatan dan efektivitas solusi yang mampu diwujudkan, tetapi inisiatif juga mampu dilakukan untuk menjaga loyalitas para pengguna.

Oleh karena itu, mampu disimpulkan bahwa peneliti menyarankan kepada pihak pengelola aplikasi TIX ID untuk meningkatkan efektivitas penanganan masalah serta pengembalian yang dilakukan melalui aplikasi kepada para pengguna.

- ***System Availability, Privacy, Compensation, dan Contact (Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap E-Loyalty)***

Dimensi *system availability, privacy, compensation, dan contact* memiliki pengaruh negatif (kurang signifikan) terhadap *e-loyalty*. Dengan demikian, peneliti menyarankan kepada karyawan PT Nusantara Elang Sejahtera selaku pengelola aplikasi TIX ID sebagai berikut:

1. **Menjadikan dimensi *efficiency, fulfillment, dan responsiveness* sebagai prioritas utama**, dengan langkah *maintenance* serta pengembangannya seperti yang telah disebutkan pada saran untuk masing-masing dari tiga dimensi tersebut.
2. **Tidak mengesampingkan *system availability, privacy, compensation, dan contact***, tetapi juga memerhatikan kualitasnya, dengan penjabaran sebagai berikut:
 - a. ***System Availability*** sebagai dimensi inti/*core e-service quality* dari aplikasi TIX ID dianggap baik oleh para penggunanya sehingga perlu untuk dipertahankan kualitasnya, walaupun kurang berpengaruh secara signifikan terhadap *e-loyalty*. *System availability* adalah adanya kebenaran fungsi teknis dari aplikasi TIX ID sebagaimana seharusnya. Pihak pengelola aplikasi TIX ID mampu mempertahankan kualitas *system availability* aplikasi TIX ID melalui evaluasi yang didasarkan pada keluhan dari para pengguna yang disampaikan melalui kontak resmi yang tersedia. Selain itu, indikator-indikator *system availability* mampu diperhatikan dan dikembangkan untuk mempertahankan pengguna aplikasi secara jangka panjang. Indikator-indikator tersebut antara lain: akurasi kinerja aplikasi saat pengguna memilih film, membayar tiket, *top up*, serta kemampuan bagi *barcode* tiket yang telah diberikan kepada pengguna untuk dideteksi di bioskop. Dengan demikian, mampu disimpulkan bahwa peneliti menyarankan kepada pihak pengelola aplikasi TIX ID untuk senantiasa mempertahankan, bahkan meningkatkan kualitas kebenaran fungsi teknis dari fitur aplikasi TIX ID agar aplikasi TIX ID mampu berfungsi sebagaimana seharusnya.
 - b. ***Privacy*** sebagai dimensi inti/*core e-service quality* dari aplikasi TIX ID dianggap cukup oleh para penggunanya sehingga perlu untuk ditingkatkan kembali kualitasnya. *Privacy* adalah adanya keamanan dan perlindungan dari aplikasi TIX ID terhadap

informasi pengguna, seperti data pribadi yang perlu untuk diberikan kepada aplikasi TIX ID dari risiko penyalahgunaan oleh pihak yang kurang bertanggung jawab. Anggapan cukup dari para pengguna mengenai *privacy* aplikasi TIX ID mengindikasikan adanya keraguan kepercayaan dari para pengguna mengenai keamanan dalam memasukkan data pribadi (nama, nomor *handphone*, *password*, alamat *e-mail*), informasi transaksi (kartu kredit atau debit), hingga saat melakukan *top up* saldo melalui saldo DANA pada aplikasi TIX ID. Oleh karena itu, peneliti menyarankan kepada pihak pengelola aplikasi TIX ID untuk melakukan evaluasi terhadap keamanan data pribadi, informasi transaksi, dan keamanan pada saat pengguna melakukan *top up* pada aplikasi TIX ID. Berdasarkan evaluasi tersebut, pihak pengelola aplikasi TIX ID mampu mendapatkan serta mengimplementasikan metode keamanan yang lebih baik pada aplikasi TIX ID untuk meningkatkan kepercayaan para pengguna sebagai salah satu faktor yang krusial untuk menumbuhkan, bahkan mempertahankan *e-loyalty* pengguna.

- c. **Compensation** sebagai dimensi *recovery e-service quality* dari aplikasi TIX ID dianggap cukup oleh para penggunanya. *Compensation* adalah sejauh mana aplikasi TIX ID memberikan kompensasi kepada penggunanya atas masalah, seperti pemberian *refund* pada saat terjadi kesalahan sistem aplikasi TIX ID. Pada saat terjadi kesalahan pada sistem aplikasi TIX ID, para pengguna mampu mengalami kerugian secara finansial maupun non-finansial sehingga pihak pengelola aplikasi TIX ID perlu memberikan *refund* atau pengembalian atas kerugian tersebut. Anggapan cukup dari para pengguna aplikasi TIX ID atas kualitas *compensation* aplikasi TIX ID mengindikasikan adanya kekurangan dalam hal adanya penawaran, efektivitas, hingga akurasi *refund* atau pengembalian dari aplikasi TIX ID atas kesalahan sistem aplikasi yang mengakibatkan adanya sejumlah kerugian. Oleh karena itu, peneliti menyarankan kepada pihak pengelola aplikasi TIX ID untuk melakukan evaluasi terhadap sistem kompensasi aplikasi TIX ID dan konsistensi dalam

implementasinya secara jangka panjang. Dengan dilakukannya perbaikan atas sistem kompensasi dengan mempertimbangkan indikator-indikator *compensation* dan senantiasa menanggapi keluhan pengguna, *e-loyalty* mampu dimiliki oleh lebih banyak pengguna.

- d. **Contact** sebagai dimensi *recovery e-service quality* dari aplikasi TIX ID dianggap cukup oleh para penggunanya. *Contact* adalah ketersediaan bantuan melalui telepon atau adanya perwakilan melalui media *online*. Ketersediaan pihak yang mampu dihubungi pada saat sejumlah pengguna menghadapi kendala atau memiliki keluhan mampu menjadi solusi bagi pengguna tersebut dalam mengatasi kendala tersebut. Dengan adanya pemenuhan kebutuhan kontak yang baik, aplikasi TIX ID mampu mempertahankan, bahkan meningkatkan jumlah pengguna. Akan tetapi, diketahui bahwa *contact* aplikasi TIX ID dianggap cukup oleh para pengguna sehingga mengindikasikan bahwa walaupun tidak buruk, ketersediaan kontak yang mampu dihubungi oleh para pengguna kurang memadai. Dalam rangka mempertahankan jumlah pengguna, pihak pengelola aplikasi TIX ID perlu untuk mencegah semakin buruknya anggapan para pengguna mengenai kualitas *contact* aplikasi TIX ID dengan memerhatikan indikator-indikator yang terkandung di dalam dimensi *contact*. Indikator-indikator tersebut antara lain: adanya ketersediaan kontak untuk dihubungi saat terjadi masalah dalam pembelian tiket bioskop, saat melakukan *top up*, saat terjadi kesalahan sistem aplikasi, dan ketersediaan *customer service*. Oleh karena itu, kualitas *contact* perlu untuk senantiasa diperhatikan dan diperbaiki oleh pihak pengelola aplikasi TIX ID melalui evaluasi terhadap efektivitas kualitas serta kuantitas kontak yang telah tersedia sehingga *e-loyalty* pengguna mampu dimunculkan dan dipertahankan.

5.2.2. Saran bagi Peneliti Selanjutnya

Pengembangan penelitian selanjutnya mampu dilakukan dengan menggunakan penelitian yang peneliti lakukan sebagai salah satu referensi, baik di dalam maupun di luar lingkungan akademik Universitas Katolik Parahyangan. Dimensi-dimensi yang terkandung di dalam *e-service quality* bersifat dinamis dan fleksibel sehingga pada penelitian selanjutnya mampu terjadi perbedaan kuantitas, baik karena perbedaan referensi maupun penyesuaian terhadap konteks penelitian. Selain itu, para peneliti selanjutnya perlu untuk mengetahui mengenai penting dan luasnya bidang kajian *e-service quality* untuk dikembangkan secara lebih lanjut. Penelitian mengenai *e-service quality* mampu dilakukan dalam cakupan yang luas pada penyedia layanan yang memanfaatkan media elektronik. Tujuannya adalah untuk membantu meningkatkan kualitas layanan melalui evaluasi kinerja berdasarkan analisis dimensi-dimensi yang terkandung di dalam *e-service quality*. Meningkatnya kualitas layanan mampu memengaruhi perilaku para pengguna, seperti *e-satisfaction* hingga *e-loyalty* sehingga *e-service quality* juga berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan. Oleh karena itu, peneliti menyarankan kepada para peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian mengenai *e-service quality* secara fleksibel menggunakan metode, dimensi, dan teknik yang relevan, yakni disesuaikan dengan kebutuhan dan konteks penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahman, H., & Riswaya, A. R. (2014). Aplikasi Pinjaman Pembayaran Secara Kredit Pada Bank Yudha Bhakti. *Jurnal Computech & Bisnis*, 8(2), 61-69.
- Adiyanta, F. S. (2019). Hukum dan Studi Penelitian Empiris: Penggunaan Metode Survey sebagai Instrumen Penelitian Hukum Empiris. *Administrative Law and Governance Journal*, 2(4), 697-709.
- Al-Nuaimi, N., Patel, S., Austin, R. S., & Mannocci, F. (2017). A prospective study assessing the effect of coronal tooth structure loss on the outcome of root canal retreatment. *International endodontic journal*, 50(12), 1143-1157.
- Amadea, C. (2017). Pengaruh e-service quality terhadap minat beli ulang konsumen online Zalora (Undergraduate Thesis, Universitas Katolik Parahyangan).
- Aulia, M. Z. (2017). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Minat Pembelian Produk Busana Muslim di Lazada Indonesia dalam Perspektif Ekonomi Islam.
- Cyr, D., Hassanein, K., Head, M., & Ivanov, A. (2007). The role of social presence in establishing loyalty in e-service environments. *Interacting with computers*, 19(1), 43-56.
- Fahrika, A., Rachma, N., & Slamet, A. R. (2019). Pengaruh Online Marketing dan E-Service Quality Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Online Shop Joyism Malang. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 8(4).
- Fikri, S., Wiyani, W., & Suwandaru, A. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Strata I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Merdeka Malang). *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 3(1).
- Hansen, E., & Jonsson, E. (2013). E-loyalty in fashion e-commerce: an investigation in how to create e-loyalty (Master Thesis, Linnaeus University).
- Henry. (2020, Januari 4). Cerita Akhir Pekan: Sejarah Bioskop di Indonesia, Sudah 120 Tahun. Diakses pada 19 November 2020 melalui <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4147817/cerita-akhir-pekan-sejarah-bioskop-di-indonesia-sudah-120-tahun#:~:text=Dilansir%20dari%20laman%20merdeka.com,gedung%20>

[2C%20tapi%20di%20sebuah%20rumah.&text=Sesuai%20namanya%20Talbot%20C%20bioskop%20tersebut,seorang%20pengusaha%20Belanda%20bernama%20Talbot.](#)

- Hur, Y., Ko, Y. J., & Valacich, J. (2011). A structural model of the relationships between sport website quality, e-satisfaction, and e-loyalty. *Journal of sport management*, 25(5), 458-473.
- Jaya, Tegar. (2020, Oktober 15). Babak Belur Saat Pandemi, Berikut Profil 3 Bioskop Besar di Indonesia. Diakses pada tanggal 23 November 2020 melalui <https://denpasarupdate.pikiran-rakyat.com/lifestyle/pr-71836971/babak-belur-saat-pandemi-berikut-profil-3-bioskop-besar-di-indonesia>
- Kartono, R. A., & Halilah, I. (2019, August). Pengaruh E-Trust Terhadap E-Loyalty (Studi pada Seller di Bukalapak). *In Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, 10(1), 1204-1213.
- Khuddami, M. (2015). *Pengaruh budaya kekeluargaan terhadap kinerja karyawan di BMT Masalah Sidogiri Pasuruan* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Kim, J. H., & Kim, M. (2020). Conceptualization and assessment of E-service quality for luxury brands. *The Service Industries Journal*, 40(5-6), 436-470.
- Mehta, C. R., & Patel, N. R. (2011). IBM SPSS exact tests. *Armonk, NY: IBM Corporation*.
- Melinda, M. (2017). Pengaruh E-service Quality Terhadap E-loyalty Pelanggan Go-jek Melalui E-satisfaction Pada Kategori Go-ride. *Agora*, 5(1).
- Mulyatiningsih, E., & Nuryanto, A. (2014). Metode penelitian terapan bidang pendidikan.
- Novryan. (2019, Februari 8). Tawarkan Pemesanan Tiket Bioskop, Apa Beda MTix dan TIX ID?. Diakses pada 19 November 2020 melalui <https://magazine.job-like.com/beda-mtix-dan-tix-id/>
- Nuryadi, N., Astuti, T. D., Sri Utami, E., & Budiantara, M. (2017). Dasar-Dasar Statistik Penelitian.
- Pudjarti, S., Nurchayati, N., & Putranti, H. R. D. (2019). Hubungan E-service Quality dan E-loyalty dengan E-satisfaction pada Konsumen Go-jek dan Grab di Kota Semarang. *Sosiohumaniora*, 21(3), 237-246.

- Raihan, D. M. (2018). Pengaruh persepsi konsumen pada e-service quality terhadap niat beli ulang: studi pada e-commerce NAMA Indonesia. (Undergraduate Thesis, Universitas Katolik Parahyangan).
- RAMAWATI, E. (2019). *ANALISIS PENGARUH CAPITAL ADEQUACY RATIO, RETURN ON ASSET BIAYA OPERASIONAL PENDAPATAN OPERASIONAL, DAN NET INTEREST MARGIN TERHADAP LOAN TO DEPOSIT RATIO YANG TERDAFTAR DI OTORITAS JASA KEUANGAN (Studi Pada Bank Devisa periode 2014-2017)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Gresik).
- Rivaldi, Fahri. (2016). *Jurnal Perancangan Aplikasi Mobile* (Jurnal, Universitas Telkom Kota Bandung).
- Riza, S., & Sutopo, S. (2017). ANALISIS PENGARUH E-SERVICE QUALITY, KUALITAS INFORMASI DAN PERSEPSI KEMUDAHAN TERHADAP E-LOYALTY DENGAN E-SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Pelanggan Lazada Indonesia). *Diponegoro Journal of Management*, 6(4), 929-941.
- Saragih, M. G. (2019). PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP E-LOYALTY MELALUI E-SATISFACTION (STUDI PADA PELANGGAN TOKO ONLINE SHOPEE DI KOTA MEDAN): PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP E-LOYALTY MELALUI E-SATISFACTION (STUDI PADA PELANGGAN TOKO ONLINE SHOPEE DI KOTA MEDAN). *Jurnal Mantik*, 3(1), 190-195.
- Sasongko, A., Latifah, L., & Adwiya, R. (2018). Perancangan Prototipe Aplikasi Mobile Tadzkirah. *JEPIN (Jurnal Edukasi dan Penelitian Informatika)*, 4(2), 197-203.
- Sekaran, Uma. (2016). *Research Methods for Business, A Skill Building Approach*. Chichester: Wiley.
- Shofa, U. (2017). *Tingkat kepuasan penonton warga Tlogosari Kulon terhadap acara dakwah "Mamah dan Aa Beraksi" di Indosiar* (Doctoral dissertation, UIN Walisongo).
- Soselisa, Y. A. (2016). *Studi Identifikasi Faktor-Faktor Kecemasan Menghadapi Skripsi pada Mahasiswa Psikologi di Universitas Medan Area* (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Sucipto, A. (2017). *Pengaruh pelatihan khitobah terhadap keterampilan berceramah narapidana Lembaga Pemasyarakatan Kelas II A Kota Pekalongan* (Doctoral dissertation, UIN Walisongo).
- Sukmadinata. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Suryani, T., Fauzi, A. A., & Nurhadi, M. (2020). The Determinant of Website Quality and E-Service Quality at SME In Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan (Journal of Management and Entrepreneurship)*, 22(2), 131-141.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tobagus, Anita. (2018). "Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap E-Satisfaction pada Pengguna di Situs Tokopedia." *Jurnal AGORA*, 6, 1-5.
- Trilaksana, M. G. (2015). *Efektifitas penggunaan drop box dan electronic filling (e-filling) sistem untuk meningkatkan kepatuhan pelaporan SPT tahunan pajak penghasilan wajib pajak orang pribadi* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Usman, Syakur. (2018, Juli 13). TIX ID dan Dana edukasi gaya hidup digital dengan kompetisi #tixcopter. Diakses pada 19 November melalui <https://www.merdeka.com/teknologi/tix-id-dan-dana-edukasi-gaya-hidup-digital-dengan-kompetisi-tixcopter.html>
- Widia, Stevy. (2020, Mei 26). DANA Target Milenial Lewat Kemitraan dengan TIXid, Reservasi, dan Ramayana. Diakses pada tanggal 23 November 2020 melalui <https://youngster.id/news/dana-target-milenial-lewat-kemitraan-dengan-tixid-reservasi-dan-ramayana/>
- Wilson, N., Keni, K., & Tan, P. H. P. (2019). The effect of website design quality and service quality on repurchase intention in the e-commerce industry: A cross-continental analysis. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 21(2), 187-222.
- Wulandari, D. (2019). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi dan E-Trust Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada Top 3 Toko Online C2c) (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Magelang).
- Zehir, C., & Narcikara, E. (2016). E-service quality and e-recovery service quality: Effects on value perceptions and loyalty intentions. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 229, 427-443.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm*. McGraw-Hill Education,.

<https://21cineplex.com/21profile>

<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/149454/bab1/pengaruh-electronic-word-of-mouth-sebagai-media-promosi-terhadap-minat-beli-pada-followers-instagram-tix-id.pdf>

<https://www.appbrain.com/dev/PT+Nusantara+Elang+Sejahtera/>

www.databoks.katadata.co.id

<https://katadata.co.id/muchamadnafi/indepth/601777c5dd9f6/remuknya-industri-film-dan-berkah-bioskop-maya-di-tengah-pandemi>