

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN JEMPUT PAKET
GRATIS TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN
KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*
(Studi pada PT POS Indonesia (Persero) UPT Sidoarjo)**

SKRIPSI

Oleh :

ALFI AINIYAH

NIM : G93214029



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

SURABAYA

2018

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN JEMPUT PAKET GRATIS
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN
KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*
(Studi pada PT Pos Indonesia (persero) UPT Sidoarjo)**

SKRIPSI

Diajukan kepada

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan

Dalam Menyelesaikan Program Sarjana Strata Satu

Manajemen

Oleh :

Alfi Ainiyah

Nim : G93214029

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Prgram Studi Manajemen

Surabaya

2018

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah saya :

Nama : Alfi Ainiyah
NIM : G93214029
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Jemput Paket Gratis Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada PT Pos Indonesia (persero) UPT Sidoarjo)

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 02 April 2018

Saya yang menyatakan



Alfi Ainiyah
NIM. G93214029

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Alfi Ainiyah NIM. G93214029 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqasahkan.

Surabaya, 18 April 2018

Pembimbing



Samsul Anam, MM
NIP. 196803072008011017

PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Alfi Ainiyah Nim G93214029 ini telah dipertahankan di depan sidang Majelis Munaqosah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari Senin, tanggal 16 April 2018, dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu dalam Manajemen.

Majelis Munaqosah Skripsi:

Penguji I



Samsul Anam, MM
NIP. 196803072008011017

Penguji II



Dr. Ir. Muhamad Ahsan, MM
NIP. 196806212007011030

Penguji III



Ana Toni Roby Candra Y, M.SEI
NUP. 201603311

Penguji IV



Hanafi Adi Putranto, M.SI
NIP. 198209052015031002

Surabaya, 18 April 2015

Mengesahkan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Dekan,



Prof. Ach. Muzakki, M.Ag, Grad. Dip.SEA, M.Phil, Ph.D
NIP. 197402091998031002



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : ALFI AINIYAH
NIM : G93214029
Fakultas/Jurusan : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM/MANAJEMEN
E-mail address : alfiainiyah867@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN JEMPUT PAKET GRATIS TERHADAP

LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL

INTERVENING

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 20 April 2018

Penulis

(ALFI AINIYAH)

c.	Uji Heteroskedastisitas	52
3.	Uji Hipotesis.....	53
a.	Analisis Regresi Sederhana	53
b.	<i>Path Analysis</i> (Analisis Jalur)	54
c.	Uji Parsial T (Uji T)	55
d.	Uji Koefisien Determinasi.....	56
e.	Uji Simultan F (Uji F)	57
f.	Uji Sobel.....	58
BAB IV	HASIL PENELITIAN	60
A.	Deskripsi Umum Objek Penelitian.....	60
1.	Sejarah PT Pos Indonesia (persero) UPT Sidoarjo.....	60
2.	Profil Perusahaan.....	61
3.	Visi dan Misi	62
4.	Struktur Organisasi	63
B.	Karakteristik Responden	64
1.	Usia Responden	64
2.	Jenis Kelamin Responden.....	65
3.	Pekerjaan Responden.....	66
4.	Pendapatan Responden.....	67
5.	Penggunaan Responden.....	68
C.	Analisis Data	69
1.	Hasil Data Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	69
a.	Uji Validitas.....	69
b.	Uji Reliabilitas.....	72
2.	Deskripsi Total Masing-Masing Variabel	73
3.	Uji Asumsi Klasik	75
a.	Uji Normalitas	75
b.	Uji Multikolinearitas	76
c.	Uji Heteroskedastisitas	77
4.	Uji Hipotesis	78

a. Uji Parsial (Uji T).....	78
b. Uji Simultan (Uji F).....	80
5. Koefisien Determinasi	87
BAB V PEMBAHASAN	89
A. Pengaruh secara langsung kualitas pelayanan jemput paket gratis terhadap loyalitas konsumen di PT Pos Indonesia (persero) UPT Sidoarjo.....	89
B. Pengaruh secara tidak langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan sebagai variabel intervening di PT Pos Indonesia (persero) UPT Sidoarjo.	92
BAB VI PENUTUP	95
A. Kesimpulan.....	95
B. Saran.....	95
DAFTAR PUSTAKA	98

Akan tetapi ada juga yang berasumsi sesuai teori bahwa kepuasan pelanggan sangat berpengaruh. Sebagai variabel penghubung antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Sesuai dengan hasil penelitian Priasmoro Iskandar yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan sebagai variabel *intervening* pada pengguna jasa transportasi PT. Tara Megah Muliatama (Taksi Gemah Ripah) di kota Bandung.²⁰

Pengiriman barang atau paket sampai saat ini juga tidak pernah merasa dirinya akan tergantikan posisinya meski perkembangan teknologi yang sudah sangat canggih. Tapi justru kebalikan dengan kemajuan teknologimembawa dampak yang signifikan bagi perusahaan jasa layanan kiriman barang atau paket. Terbukti hasil survei, dengan banyaknya masyarakat pengguna *e-commerce* di Indonesia mencapai 82,2 juta orang atau sekitar 62 persen dari jumlah penduduk di Indonesia.²¹ Maka dari itu perusahaan penyedia jasa layanan kiriman barang atau paket di prediksi dari tahun ke tahun akan semakin naik. Karena kegiatan manusia sudah dipermudah dengan kecanggihan teknologi yang ada salah satunya adalah *e-commerce* dimana masyarakat tidak perlu bersusah payah pergi keluar rumah untuk memenuhi kebutuhannya.²²

²⁰Priasmoro Iskandar, *pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan sebagai variabel intervening pada pengguna jasa transportasi PT. Tara Megah Muliatama (Taksi Gemah Ripah)*, Jurnal Universitas Telkom, Bandung

²¹<https://apjii.or.id/content/read/39/264/Survei-Internet-APJII-2016>, 08 Januari 2018

²²<https://www.kapanlagi.com/showbiz/selebri/ke>tagihan-belanja-online-begini-tanggapan-dari-suami-nycta-gina-609acc.html> 23 Januari

Dengan munculnya banyak kompetitor, PT Pos berusaha untuk tetap eksis dengan adanya program layanan jemput paket gratis yang merupakan salah satu strategi pemasaran dari PT Pos Indonesia. Hal tersebut membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian apakah pengaruh layanan jemput paket gratis dengan target pemasaran yang ditetapkan oleh PT Pos Indonesia.

Oleh karena itu dalam penelitian ini kami mengambil judul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN JEMPUT PAKET GRATIS TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*”

B. Rumusan Masalah

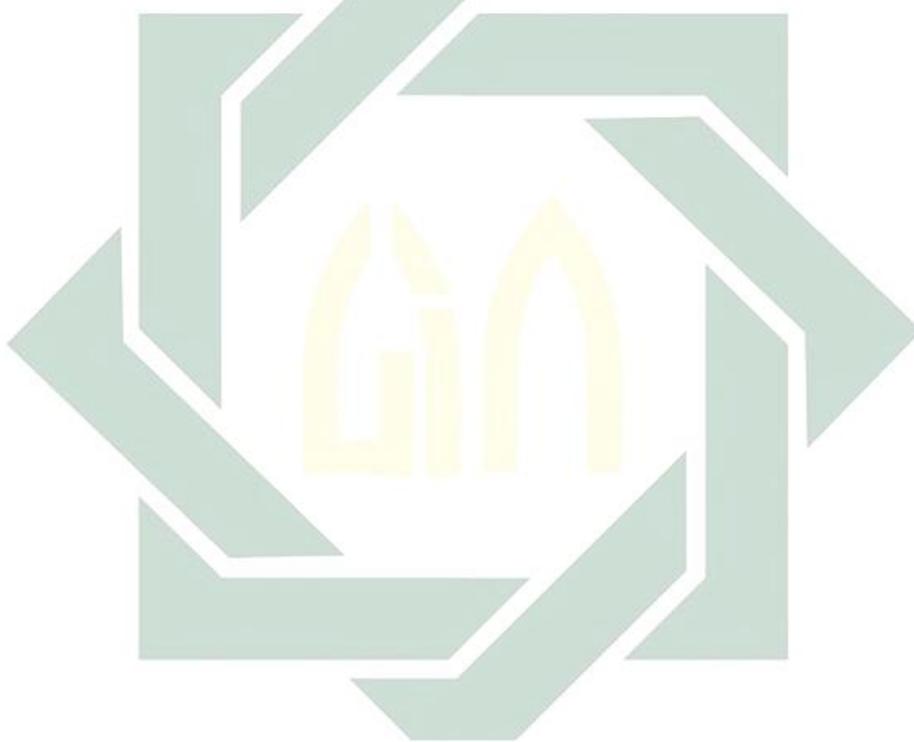
Banyaknya kompetitor PT Pos Indonesia saat ini membuat perusahaan harus mampu bersaing dengan kompetitor yang lain. Keluhan-keluhan dari pelanggan mengenai tingkat kualitas pelayanan yang diberikan merupakan sebuah permasalahan yang dihadapi oleh pihak PT Pos Indonesia (Persero) khususnya UPT Sidoarjo. Maka dari itu perusahaan harus mampu menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan serta loyalitas konsumen. Sehingga perusahaan melakukan inovasi baru dengan membuat program layanan jemput paket gratis sebagai upaya meningkatkan penjualan perusahaan.

Dari uraian diatas maka akan memunculkan pertanyaan-pertanyaan dalam penelitian kami, yaitu::

	Hartanto20 14	Kepemimpinan Transaksional Terhadap Kinerja Karyawan dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel <i>Intervening</i> (studi pada CV. Timur Jaya Lumajang)	1. Gaya Kepemimpinan 2. Kinerja Karyawan 3. Kepuasan Kerja	<i>Structural Equation Modelling</i> (SEM)	transaksional mempunyai pengaruh terhadap kepuasan kerja. 2. Gaya kepemimpinan transaksional mempunyai pengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. 3. Kepuasan kerja mempunyai pengaruh terhadap kinerja karyawan. 4. Kepuasan kerja sebagai variabel intervening dalam pengaruh gaya kepemimpinan transaksional terhadap kinerja karyawan.
3.	Riswanto Budiono Jimanto 2014	Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan <i>Customer Satisfaction</i> Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Ritel Bioskop The Premiere Surabaya	1. <i>Service Quality</i> 2. <i>Customer Satisfaction</i> 3. Loyalitas pelanggan	<i>Partial Least Square (PLS)</i>	1. Tidak terdapat pengaruh antara <i>customer satisfaction</i> terhadap <i>customer loyalty</i> 2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara <i>service quality</i> dan <i>customer satisfaction</i> 3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara <i>service quality</i> terhadap <i>customer loyalty</i> .

4.	Priasmoro Iskandar 2015	<p>Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. Studi Pada Pengguna Jasa Transportasi PT. Tara MegahMuliatama (Taksi Gemah Ripah) Dikota Bandung</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas Pelayanan 2. Kepuasan Konsumen 3. Loyalitas Konsumen 	<p><i>Path Analysis</i> (Analisis Jalur)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Taksi Gemah Ripah 2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Taksi Gemah Ripah 3. Kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh besar untuk menghubungkan kualitas pelayanan sampai terbentuk loyalitas pelanggan Taksi Gemah Ripah.
5.	Setyani Sri Haryanti dan Ida Dwi Hastuti 2011	<p>Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas Pelayanan 2. Bauran Pemasaran 3. Kepuasan Nasabah 4. Loyalitas Nasabah 	<p><i>Path Analysis</i> (Analisis Jalur)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kepuasan nasabah tidak memediasi hubungan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah. 2. Kepuasan nasabah memediasi hubungan antara bauran pemasaran terhadap loyalitas nasabah 3. Bauran pemasaran lebih efektif mempengaruhi

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa variabel loyalitas konsumen memiliki kriteria *valid* untuk semua item pertanyaan berdasarkan kriteria R_{Hitung} lebih besar dari R_{Tabel} . Sehingga dapat disimpulkan bahwa masing-masing item pertanyaan adalah valid dimana mampu untuk mengukur variabel loyalitas konsumen.



BAB V PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh kualitas pelayanan jemput paket gratis terhadap loyalitas konsumen PT Pos Indonesia (persero) UPT Sidoarjo, (2) pengaruh kualitas pelayanan jemput paket gratis terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan sebagai variabel interveing PT Pos Indonesia (persero) UPT Sidoarjo. Pembahasan masing-masing tujuan disajikan sebagai berikut:

1. Pengaruh langsung kualitas pelayanan jemput paket gratis terhadap loyalitas konsumen di PT Pos Indonesia (persero) UPT Sidoarjo.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara langsung memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen PT Pos Indonesia (persero) UPT Sidoarjo. Dibuktikan dengan nilai koefisien kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen sebesar 0,302 dan nilai signifikansinya kurang dari 0,05 sebesar 0,000. Sehingga hipotesis yang berbunyi kualitas pelayanan secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen diterima (H1 diterima dan Ho ditolak).

Dari hasil penelitian yang dilakukan ditemukan bahwa loyalitas konsumen terhadap PT Pos Indonesia (persero) UPT Sidoarjo terbentuk karena bukti langsung (*tangible*) yang baik seperti fasilitas fisik diantaranya ruang tunggu, sofa/kursi, meja loket, meja *customer service*) yang baik, PT Pos sidoarjo memiliki armada yang memadai, karyawan yang

berpenampilan rapi dan sopan, serta memiliki agen yang tersebar luas di kota Sidoarjo.

PT Pos Indonesia (persero) memiliki kehandalan (*reliability*) yang baik seperti melakukan penjemputan paket secara cepat dan tepat waktu, jangkauan akan pengiriman sangat luas, tanggap dan perhatian atas keluhan konsumen, serta mampu menjaga barang yang dikirim. Daya tanggap (*responsiveness*) yang dilakukan PT Pos meliputi memberikan kemudahan pelayanan dalam akses pengiriman paket serta tidak membiarkan konsumen menunggu terlalu lama pada saat proses penjemputan.

Selain hal tersebut jaminan (*assurance*) dan empati (*empathy*) yang dimiliki PT Pos Indonesia (persero) UPT Sidoarjo yakni memberikan jaminan atas kehilangan maupun kerusakan barang yang dikirimkan, memberikan informasi se jelas mungkin yang sekiranya mudah untuk difahami, merespon baik atas permintaan maupun keluhan konsumen dan memberikan perhatian secara personal.

Dalam hal ini dapat diartikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan sebuah perusahaan dipandang oleh konsumen maka loyalitas konsumen yang terbentuk juga akan semakin tinggi, begitupula sebaliknya, apabila kualitas pelayanan perusahaan menurun maka loyalitas konsumen pun juga ikut menurun.

Loyalitas konsumen merupakan tujuan utama yang diupayakan oleh pemasar, dimana loyalitas yang didapatkan sesuai dengan yang

Dabholkar *et al* (2002), menyatakan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dalam hal ini hasil penelitian mendukung penelitian sebelumnya yang sudah dilakukan oleh Erlita Meike Wijaya (2011) tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening (studi pada Waterpark Semawis Semarang) hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara langsung mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

2. Pengaruh secara tidak langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan sebagai variabel intervening.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan jemput paket gratis secara tidak langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan sebagai variabel intervening. Dapat dibuktikan bahwa nilai koefisien kualitas pelayanan dalam persamaan 2 sebesar 0,278 juga nilai signifikansinya 0,000 dan kepuasan bernilai sebesar 0,371 taraf signifikansi 0,001. Sehingga hipotesis yang berbunyi terdapat pengaruh tidak langsung yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan sebagai variabel intervening diterima (H2 diterima dan H0 ditolak).

Tony wijaya mengungkapkan dimana variabel dikatakan sebagai variabel intervening apabila nilai secara tidak langsung lebih besar daripada pengaruh langsung. Dibuktikan dengan nilai koefisien beta

pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada persamaan1 sebesar 0,141 dan pengaruh tidak langsung kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada persamaan2 sebesar 0,291. Sehingga $0,141 \times 0,291 = 0,041$ sedangkan pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada persamaan2 sebesar 0,483. Sehingga dibuktikan menurut tony wijaya bahwa kepuasan bukanlah sebagai variabel intervening karena pengaruh tidak langsung lebih kecil daripada pengaruh langsung.

Hal tersebut dapat dibuktikan dengan pengujian *sobel test* untuk membuktikan kembali apakah benar kepuasan konsumen sebagai variabel intervening atau bukan. Dalam hal ini dasar pengambilan keputusannya yakni apabila t_{hitung} lebih besar daripada t_{tabel} maka dibuktikan variabel tersebut dikatakan variabel intervening.

Hasil pengujian *sobel test* yang dikembangkan oleh sobel terlihat pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan jemput paket gratis terhadap loyalitas konsumen yang dimediasi kepuasan konsumen, menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} . Dimana nilai t_{hitung} sebesar 0,81947 sedangkan t_{tabel} sebesar 0,207, maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis kedua yang menyatakan bahwa “Kualitas pelayanan secara tidak langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan sebagai variabel intervening di PT Pos Indonesia (persero) UPT Sidoarjo”.

Dari hasil penelitian yang dilakukan ditemukan bahwa loyalitas konsumen PT Pos Indonesia (persero) UPT Sidoarjo terbentuk karena secara tidak langsung kepuasan konsumen ikut serta dalam meningkatkannya. Seperti secara keseluruhan pelayanan PT Pos Indonesia (persero) UPT Sidoarjo memuaskan dan sudah memenuhi apa yang sudah diharapkan oleh konsumen serta mempunyai jenis pelayanan jemput paket gratis lebih baik dibandingkan kompetitor lainnya.

Menurut Lovelock dasar bagi konsumen itu setia pada suatu produk terletak pada kepuasan pelanggan, dimana kualitas pelayanan menjadi input utamanya. Konsumen yang puas atau bahkan sekedar menyenangkan pelayanan yang diberikan maka cenderung menjadi pendukung loyal perusahaan. Sehingga dapat dikatakan kepuasan juga mempunyai peran penting dalam membentuk loyalitas konsumen.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang sudah dilakukan oleh Irvan Hartono (2014) tentang pengaruh gaya kepemimpinan transaksional terhadap kinerja karyawan dengan kepuasan kerja sebagai variabel *intervening* (studi pada CV. Timur Jaya Lumayang) hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kepuasan kerja menjadi variabel *intervening* dalam pengaruh gaya kepemimpinan transaksional terhadap kinerja karyawan.

- Riduwan, Engkos. 2007. *Cara Menggunakan dan Memaknai Analisis Jalur (Path Analysis)*. Bandung: Penerbit Alfabeta: Bandung
- Sugiyono. 2015. “*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*”. Bandung: Alfabeta.
- Sri Yuniarti, Vinna, S.E., M.M. 2015, “*Perilaku Konsumen*”. Bandung: Pustaka Setia
- _____. 2009. “*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*”. Bandung: Alfabeta
- Saputra, Ilham. 2007. “*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan & Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan*”. Jakarta: Uin Syarif Hidayatullah
- Tjiptono, Fandy. 2006. “*Pemasaran Jasa: Prinsip, penerapan, penelitian*”. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- _____. 2014. “*Pemasaran Jasa: Prinsip, penerapan, penelitian*”. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- _____. 2004. “*Pemasaran Jasa*”. Yogyakarta: Andi Offset
- Wiyono, Gendro. 2011. “*3 in one Merancang Penelitian Bisnis dengan menggunakan SPSS 17.0 & PLS 2.0*”. Yogyakarta: PenerbitSTIM YKPN
- Wright, dan Lovelock. 2007. “*Manajemen Pemasaran Jasa*”. Jakarta: PT Indeks.
- Beta.tirto.id diakses pada 3 Januari 2018
- <http://panduanskripsi.com/metode-pengumpulan-data-dengan-kuesioner-pada-penelitian-kuantitatif/> diakses pada 27Nov2017
- <https://ristekdikti.go.id/industri-jasa-memiliki-potensi-besar-terhadap-peningkatan-ekonomi-indonesia/> diakses pada 7 Januari 2018
- <https://apjii.or.id/content/read/39/264/Survei-Internet-APJII-2016>,diakses pada 08 Januari 2018
- <https://www.kapanlagi.com/showbiz/selebriti/ketagihan-belanja-online-begini-tanggapan-dari-suami-nycta-gina-609acc.html> diakses pada 23 Januari
- <http://www.posindonesia.co.id/index.php/sejarah-pos/>, diakses pada 8 Januari 2018

