
ANALISIS PELAYANAN PENJUALAN E-TICKETING PENUMPANG KM. BUNG TOMO DI PT. SUBSEA LINTAS GLOBALINDO

Oleh

Adji Sarwo Hartono¹, Adi Purwanto², Ekka Pujo Ariesanto³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen Pelabuhan dan Logistik Maritim Fakultas Vokasi

Pelayaran Universitas Hang Tuah

E-mail: ¹ajioutsider81@gmail.com

Article History:

Received: 13-07-2025

Revised: 08-08-2025

Accepted: 16-08-2025

Keywords:

E-Ticketing, Pelayanan
Penjualan, Kepuasan
Penumpang

Abstract: Penjualan tiket berbasis elektronik (e-ticketing) merupakan inovasi yang mendukung digitalisasi layanan transportasi laut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pelayanan penjualan e-ticketing pada KM. Bung Tomo yang dioperasikan oleh PT. Subsea Lintas Globalindo. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Fokus kajian diarahkan pada proses pemesanan tiket, kemudahan sistem, kecepatan transaksi, akurasi data, dan respons petugas terhadap keluhan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem e-ticketing telah berjalan cukup baik dan memberikan kemudahan bagi penumpang, namun masih terdapat kendala seperti keterbatasan pemahaman masyarakat dan kurangnya fasilitas pendukung. Penelitian ini merekomendasikan peningkatan sarana teknologi informasi dan pelatihan bagi petugas agar pelayanan e-ticketing dapat berjalan lebih efektif dan efisien

PENDAHULUAN

Pelabuhan memegang peranan penting sebagai simpul transportasi laut yang mendukung kelancaran arus barang dan logistik nasional. Dalam sistem kepelabuhanan modern, terminal peti kemas menjadi salah satu fasilitas utama yang menentukan efisiensi kegiatan ekspor dan impor. Seiring meningkatnya volume perdagangan dan kebutuhan logistik, tuntutan terhadap kinerja dan produktivitas alat bongkar muat di terminal peti kemas semakin tinggi. Salah satu indikator utama dalam mengukur efisiensi operasional terminal adalah produktivitas alat berat, terutama yang digunakan dalam pemindahan kontainer. Selama ini, kajian akademik dan teknis tentang produktivitas alat bongkar muat di terminal peti kemas lebih banyak berfokus pada Rubber Tyred Gantry Crane (RTG), dengan pendekatan kuantitatif yang menekankan pada efisiensi energi, kapasitas angkut, hingga penerapan sistem otomatisasi. Namun demikian, alat lain seperti reach stacker, yang juga memainkan peran penting dalam kegiatan pemindahan kontainer, masih relatif kurang mendapatkan perhatian, khususnya dari pendekatan kualitatif yang mempertimbangkan kondisi lapangan secara nyata. Reach stacker merupakan alat berat yang sangat penting dalam kegiatan bongkar muat peti kemas di pelabuhan maupun depo logistik karena

kemampuannya menjangkau, mengangkat, dan menumpuk kontainer dengan fleksibilitas tinggi. Di PT Terminal Petikemas Surabaya, reach stacker digunakan secara intensif dalam menangani kontainer, khususnya di area transfer dan pengambilan kontainer ekspor maupun impor. Alat ini memiliki keunggulan dalam mobilitas dan adaptasi terhadap layout lapangan, tetapi juga sangat bergantung pada kondisi teknis alat, keterampilan operator, dan situasi lingkungan kerja. Selama periode operasional tahun 2024, tercatat adanya dinamika kinerja pada setiap unit reach stacker, yang menunjukkan produktivitas proses bulanan variasi secara signifikan. Setiap unit—S71 hingga S76—memiliki karakteristik teknis, jadwal perawatan, dan beban kerja yang berbeda-beda. Selain faktor teknis, berbagai kendala di lapangan turut memengaruhi performa alat, seperti waktu idle saat pergantian shift operator, kondisi cuaca yang tidak mendukung, keterbatasan ruang gerak karena padatnya kontainer, serta kurangnya koordinasi dan pemantauan kinerja alat secara rutin. Kondisi di depo internasional yang cenderung lebih padat dibandingkan depo domestik juga menimbulkan tantangan tersendiri. Volume kontainer yang lebih besar, frekuensi layanan yang tinggi, dan tekanan waktu akibat batas ekspor impor yang ketat menyebabkan antrean alat dan keterlambatan layanan. Pada saat jam sibuk dan proses pergantian shift—yang memakan waktu 15 hingga 30 menit—reach stacker sering kali tidak beroperasi, menyebabkan akumulasi antrean kontainer dan menurunkan produktivitas secara keseluruhan. Hal ini bukan hanya berdampak pada operasional, kepuasan tetapi pelanggan, kelancaran juga pada seperti perusahaan pelayaran dan ekspedisi, yang dapat mengalami demurrage atau keterlambatan pengiriman. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa efektivitas penggunaan reach stacker tidak hanya ditentukan oleh spesifikasi alat, tetapi juga dipengaruhi oleh kondisi kerja di lapangan dan peran manusia sebagai operator. Oleh karena itu, pendekatan kualitatif yang menggali informasi langsung dari praktisi seperti operator dan supervisor menjadi sangat penting. Dengan memahami perspektif mereka, diharapkan dapat ditemukan solusi yang lebih aplikatif dalam mengatasi kendala serta meningkatkan produktivitas reach stacker. Penelitian ini hadir untuk menjawab kebutuhan tren produktivitas reach stacker di PT Terminal Petikemas Surabaya selama tahun 2024 secara menyeluruh. Melalui observasi langsung dan wawancara dengan praktisi, studi ini diharapkan mampu mengidentifikasi faktor-faktor kunci mempengaruhi performa tiap unit. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: 1. Bagaimana sistem pelayanan penjualan e-tiket penumpang KM. Bungtomo yang diterapkan oleh PT. Subsea Lintas Globalindo saat ini? 2. Bagaimana pelayanan penjualan e-tiket penumpang KM. Bungtomo terhadap kepuasan penumpang?

LANDASAN TEORI

Analisis merupakan suatu proses penyelidikan atau pencarian informasi terhadap sebuah peristiwa guna mengetahui kondisi yang sebenarnya. Proses ini sangat penting untuk menyelidiki dan mengamati suatu hal dengan tujuan memperoleh kesimpulan atau hasil akhir dari penelitian yang telah dilakukan. Berdasarkan berbagai pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa analisis merupakan suatu tahapan dalam proses pengkajian data yang memerlukan ketelitian, dengan tujuan memperoleh hasil yang sesuai harapan, salah satunya berupa kesimpulan yang valid dan dapat dipercaya. Pelayanan, Menurut Wibowati (2020) dalam (Kevin Agusdian, 2023) pelayanan adalah suatu tindakan yang dilakukan untuk orang

lain sesuai dengan keinginan dan harapan untuk mencapai kepuasan pelanggan.

Menurut Indrasari, (2019 hal :57) dalam (FANDY FADILLAH, 2023) menyatakan bahwa pelayanan secara umum merupakan setiap bentuk kegiatan yang ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, sehingga kebutuhan dan keinginan mereka dapat terpenuhi. Sementara itu, dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, pelayanan diartikan sebagai usaha untuk melayani kebutuhan orang lain, sedangkan kata melayani bermakna membantu atau menyiapkan apa yang dibutuhkan oleh seseorang.

Adapun karakteristik pelayanan sebagai berikut:

1. Intangibility (tidak berwujud), yaitu layanan bersifat tidak dapat dilihat, disentuh, dirasakan, didengar, maupun dicium sebelum terjadi transaksi. Dengan kata lain, pelanggan belum dapat mengetahui secara pasti hasil dari pelayanan (service outcome) sebelum layanan tersebut digunakan atau dikonsumsi.
2. Inseparability (tidak dapat dipisahkan), yaitu layanan diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan karena sifatnya yang tidak dapat dipisahkan antara proses penyediaan dengan penggunaannya.
3. Variability (berubah-ubah atau bervariasi), yaitu kualitas layanan bersifat tidak konsisten karena dapat berubah-ubah, tergantung pada siapa penyedia layanannya, serta waktu dan tempat layanan tersebut diberikan.
4. Perishability (tidak tahan lama), yaitu layanan tidak dapat disimpan untuk digunakan di kemudian hari, sehingga sifatnya mudah hilang dan sangat bergantung pada fluktuasi permintaan.

Setelah mempertimbangkan definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa pelayanan merupakan rangkaian tindakan atau proses yang dilaksanakan oleh penyedia layanan dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan pelanggan. Menurut Sumiyati dan Yatimatun (2021:2) dalam (Hadibrata, 2022), menjelaskan bahwa penjualan merupakan kegiatan membeli suatu barang atau jasa dari satu pihak oleh pihak lainnya dengan imbalan berupa sejumlah uang. Penjualan menjadi salah satu sumber utama pendapatan perusahaan, di mana peningkatan volume penjualan akan berdampak langsung pada meningkatnya pendapatan yang diterima perusahaan.

Adapun tujuan penjualan sebagai berikut:

Tujuan penjualan menurut Sumiyati dan Yatimatun (2021:2) dalam (Nita Rianty & Wibowo, 2024), tujuan utama dari kegiatan penjualan adalah memperoleh keuntungan atau laba dari produk atau barang yang dihasilkan produsen melalui pengelolaan yang efektif. Dalam praktiknya, kegiatan penjualan memerlukan peran pelaku usaha, seperti pedagang, agen, maupun tenaga pemasaran, agar proses pertukaran dapat berjalan.

Berdasarkan pengertian tersebut, penjualan dapat disimpulkan sebagai rangkaian tindakan atau proses pertukaran yang bertujuan memenuhi kebutuhan baik dari pihak konsumen maupun penjual, melalui interaksi informasi dan kepentingan masing-masing. Menurut S.S Wardah Nabilah (2023) dalam (Daffa Arif Pardila, 2024) Electronic ticketing atau e-ticketing merupakan inovasi dalam sistem pemesanan tiket yang sebelumnya dilakukan secara konvensional dan kini bertransformasi menjadi berbasis daring (online). E-ticketing adalah metode pencatatan transaksi penjualan dan aktivitas perjalanan pelanggan tanpa memerlukan dokumen fisik atau tiket berbentuk kertas.

A. Manfaat E-Ticketing

E-Ticketing menyediakan banyak manfaat diantaranya (M AJI LUHUR PAMBUDI, 2020) :

- Kelebihan E-Ticketing
 1. Praktis dan efisien, pelanggan dapat melakukan pembelian tiket secara daring dengan mudah karena tidak memerlukan proses penerbitan tiket fisik seperti pada sistem tiket kertas.
 2. Tidak perlu membawa tiket fisik, sehingga lebih praktis bagi penumpang.
 3. Tersedia bukti cetak (print out) itinerary, yang dapat dicetak ulang jika hilang.
 4. Mengurangi risiko kehilangan tiket fisik, karena setelah kode booking dikonfirmasi, nama penumpang sudah tercatat di sistem.
 5. Data yang tersimpan valid dan akurat, sesuai dengan identitas penumpang yang sebenarnya.
 6. Harga tiket tercantum dengan jelas, berbeda dengan tiket konvensional yang terkadang sulit terbaca.
 7. Transaksi sepenuhnya dapat dilakukan secara daring, pembeli tidak perlu bertemu langsung dengan agen perjalanan karena e-ticket dapat dikirim melalui email, fax, atau SMS berupa kode booking, sedangkan pembayaran bisa dilakukan melalui transfer ATM, internet banking, atau SMS banking.
- Kekurangan E-Ticketing
 1. Tidak semua pengguna memahami internet, sehingga ada yang belum mampu mengoperasikan sistem daring.
 2. Pemasaran tiket daring masih terbatas pada sebagian perusahaan penyedia jasa.
 3. Kurangnya pemahaman masyarakat tentang prosedur pemesanan daring, sehingga tidak semua orang mengetahui cara membeli tiket online.
 4. Minimnya pengetahuan tentang e-ticketing, sehingga sebagian calon penumpang belum memahami sistem ini secara menyeluruh. Menurut Rivai & Wahyudi (2017) dalam (Bagus et al., 2023) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan muncul ketika pelanggan merasa senang setelah mengonsumsi atau menggunakan suatu barang atau jasa, yang kemudian mendorong pelanggan tersebut untuk melakukan pembelian atau penggunaan ulang. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan menjadi salah satu faktor penting dalam memengaruhi pembelian berulang yang dapat meningkatkan penjualan perusahaan.

Menurut Anggraini & Budiart (2020) dalam (Bagus et al., 2023) menegaskan bahwa pemenuhan kepuasan pelanggan tidak hanya ditentukan oleh kesesuaian produk atau jasa dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, tetapi juga oleh kemampuan perusahaan dalam menetapkan harga yang sepadan dengan manfaat yang diperoleh konsumen dari produk atau jasa tersebut.

Adapun indikator kepuasan penumpang menurut Hermanto & Nainggolan (2020) dalam (Jacky & Syaifullah, 2021) sebagai berikut:

a. Kepuasan Pelanggan Secara Menyeluruh

Kepuasan tidak boleh dirasakan hanya oleh sebagian pelanggan saja, melainkan harus

dialami oleh seluruh pelanggan. Jika hanya sebagian yang merasa puas, hal tersebut menandakan adanya masalah dalam pelayanan perusahaan.

b. Penilaian dari Pelanggan

Setiap pelanggan memiliki pengalaman dan kendala yang berbeda, sehingga persepsi dan penilaian yang diberikan pun akan bervariasi. Oleh karena itu, perusahaan perlu memberikan kebebasan bagi setiap pelanggan untuk menilai sesuai pengalaman dan kondisi yang mereka alami.

c. Konfirmasi terhadap Harapan Pelanggan

Perusahaan perlu menjalin komunikasi yang baik dengan pelanggan, termasuk memberikan konfirmasi terkait transaksi atau pembelian yang telah dilakukan. Hal ini bertujuan untuk memberikan rasa aman dan nyaman kepada pelanggan.

d. Keinginan Melakukan Pembelian Ulang

Pelanggan yang merasa puas terhadap pengalaman pembelian sebelumnya cenderung memiliki minat untuk melakukan pembelian kembali di masa mendatang.

e. Kesiapan Memberikan Rekomendasi

Kepuasan pelanggan seringkali mendorong mereka untuk merekomendasikan produk atau layanan kepada keluarga maupun kerabatnya.

f. Ekspresi Ketidakpuasan Pelanggan

Ketidakpuasan dapat ditunjukkan dengan berbagai cara, seperti menyampaikan kritik dan saran, mengekspresikan kekecewaan secara langsung, berhenti melakukan pembelian ulang, bahkan menyebarkan pengalaman negatif kepada orang lain yang dapat merugikan perusahaan.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Menurut Creswell dalam (Murdiyanto, 2020) dalam (Magister et al., 2023) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai proses penyelidikan suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Menurut Kriyanto (2009:56) dalam Karunia Putra Perdana (2020), penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan suatu fenomena secara mendalam melalui pengumpulan data yang komprehensif. Penelitian ini tidak berfokus pada besarnya populasi atau jumlah sampel, bahkan seringkali menggunakan sampel yang terbatas. Selama data yang diperoleh mampu memberikan pemahaman mendalam dan dapat menjelaskan fenomena yang diteliti, maka tidak diperlukan penambahan sampel lain. Dengan demikian, penelitian kualitatif lebih menekankan pada kedalaman atau kualitas data dibandingkan dengan kuantitas data yang diperoleh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah memaparkan latar belakang, landasan teori, serta metode yang digunakan, bagian ini membahas hasil penelitian terkait penerapan sistem e-ticketing oleh PT. Subsea Lintas Globalindo untuk pelayanan penjualan tiket penumpang KM. Bungtomo. Fokus pembahasan diarahkan pada proses pemesanan tiket secara daring, kecepatan dan kemudahan transaksi, peran petugas, serta kepuasan penumpang terhadap sistem yang diterapkan. Sistem e-ticketing digunakan sebagai sarana utama pemesanan tiket yang bertujuan memberikan efisiensi dan kepraktisan. Dalam praktiknya, calon penumpang cukup mengisi data pribadi, memilih jadwal keberangkatan, dan melakukan pembayaran secara

daring. E-ticket resmi akan diterbitkan dan dikirimkan melalui email atau WhatsApp, yang berfungsi sebagai bukti sah keberangkatan. Pelayanan dilakukan melalui sistem online yang tersedia di website resmi perusahaan. Prosesnya melibatkan penginputan data penumpang, verifikasi informasi, dan pencetakan e-ticket. Seluruh prosedur dapat dilakukan secara mandiri atau dibantu oleh petugas perusahaan. Namun, ketelitian dalam input data sangat penting agar tidak terjadi kesalahan dalam proses check-in. Hasil observasi menunjukkan bahwa sistem ini telah berjalan dengan baik meskipun masih menghadapi kendala seperti keterbatasan pemahaman pengguna terhadap teknologi serta kendala jaringan internet di wilayah tertentu. Oleh karena itu, bimbingan petugas sangat diperlukan, khususnya bagi pengguna yang belum terbiasa dengan sistem digital. Aspek kepuasan pengguna dianalisis melalui lima indikator: kualitas produk, pelayanan konsumen, harga, kemudahan akses, dan promosi. Berdasarkan wawancara dengan responden, sistem ini dinilai informatif, mudah diakses, transparan dalam harga, dan tidak menimbulkan kendala berarti dalam proses transaksi. Meski demikian, sosialisasi dan promosi dianggap masih perlu ditingkatkan agar jangkauan pengguna semakin luas. Bukti lebih lanjut dari hasil kuesioner menunjukkan bahwa seluruh responden menyatakan puas terhadap delapan indikator pelayanan e-ticketing, seperti kemudahan tanpa interaksi langsung, kepercayaan terhadap tiket digital, sikap petugas, kelancaran pemesanan, kejelasan informasi, akurasi data, kemudahan akses, dan transparansi biaya. Secara keseluruhan, sistem e-ticketing KM. Bungtomo telah berhasil memenuhi ekspektasi penumpang. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa sistem digital tersebut tidak hanya meningkatkan efisiensi tetapi juga kualitas layanan secara keseluruhan. Evaluasi dan perbaikan berkelanjutan tetap diperlukan untuk menjamin pelayanan yang lebih baik di masa mendatang.

No.	Pernyataan	X Tidak Puas	✓ Puas
1	Pelayanan e-ticketing tanpa interaksi petugas.		✓
2	Saya merasa yakin menggunakan e-ticket tanpa tiket kertas.		✓
3	Petugas bersikap ramah saat membantu.		✓
4	Proses pemesanan tiket berjalan lancar.		✓
5	Informasi keberangkatan pada tiket e-ticketing mudah dipahami.		✓
6	Informasi dalam tiket (seperti nama, jadwal, dan rute) ditampilkan dengan lengkap dan akurat.		✓
7	Mudah mengakses sistem e-ticketing KM. Bungtomo melalui HP atau komputer.		✓
8	Pemesanan tiket online tidak ada biaya tersembunyi atau tambahan.		✓

Berdasarkan hasil penilaian terhadap pelayanan penjualan e- ticketing penumpang KM. Bungtomo di PT. Subsea Lintas Globalindo, seluruh responden menyatakan kepuasan pada setiap aspek pelayanan yang diberikan, sebagaimana tercermin dalam delapan pernyataan yang diajukan.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan layanan e-ticketing oleh PT. Subsea Lintas Globalindo pada KM. Bungtomo telah berjalan efektif, dengan proses pelayanan yang efisien dan terstruktur. Sistem ini memberikan kemudahan bagi penumpang untuk melakukan pemesanan tiket secara mandiri melalui perangkat elektronik tanpa interaksi langsung dengan petugas, sehingga menghemat waktu, tenaga, dan meningkatkan kenyamanan pembelian tiket.

Tingkat kepuasan penumpang terhadap layanan ini tergolong tinggi, ditandai dengan tanggapan positif pada berbagai aspek, seperti kemudahan akses sistem, kejelasan informasi pada tiket, kelancaran proses pemesanan, keramahan petugas, serta transparansi biaya tanpa pungutan tambahan. Informasi yang tersedia dinilai akurat, lengkap, dan mudah dipahami, sedangkan antarmuka sistem dianggap ramah pengguna. Meskipun tanpa bukti fisik, mayoritas penumpang merasa nyaman dan percaya diri menggunakan tiket digital.

Secara keseluruhan, layanan e-ticketing KM. Bungtomo telah memenuhi ekspektasi pelanggan, memberikan pengalaman pemesanan tiket yang cepat, sederhana, dan transparan, sekaligus berkontribusi pada percepatan transformasi digital di sektor transportasi laut.

Sejalan dengan hasil penelitian, beberapa saran dapat diajukan untuk meningkatkan kualitas layanan. Pertama, perusahaan perlu mengoptimalkan fasilitas pendukung layanan e-ticketing, antara lain dengan meningkatkan kualitas jaringan internet, menambah perangkat teknologi untuk menunjang kestabilan koneksi, serta menyempurnakan platform website e-ticketing. Optimalisasi ini bertujuan agar proses pemesanan tiket berjalan lebih lancar, cepat, dan minim gangguan teknis. penting bagi perusahaan untuk secara berkelanjutan menjaga kualitas sistem dan performa petugas layanan. Upaya ini mencakup pelatihan berkala, evaluasi kinerja, dan peningkatan responsivitas dalam menangani keluhan atau kendala penumpang, sehingga tingkat kepuasan pelanggan dapat dipertahankan bahkan ditingkatkan di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Andhika Sandi Putra Pratama, Bugi Nugraha, Eka Nurmala Sari Agustina, & Indah Ayu Johanda Putri. (2025). Pengaruh Fasilitas Terminal Penumpang terhadap Kepuasan Pengguna Jasa di Pelabuhan Tanjung Perak. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 5(1), 27–40. <https://doi.org/10.55606/jimek.v5i1.5851>
- [2] Astuti, R., & Jaenul, A. (2024). A review paper: Penerapan desain sistem tiket elektronik pada transportasi publik cerdas. *Universitas Global Jakarta – Teknik Elektro*.
- [3] Bagus, I., Udayana, N., Cahya, A. D., Dewi, N. S., Manajemen, P., Ekonomi, F., Sarjanawiyata, U., & Yogyakarta, T. (2023). PENGARUH STRATEGI PEMASARAN DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN PT UNILEVER INDONESIA Tbk. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan (Mankeu) Vol. 12 No. 01, Maret 2023 P-ISSN: 2252-8636, E-ISSN: 2685-9424*, 12(01), 264–265.
- [4] Daffa Arif Pardila, F. R. (2024). RANCANG BANGUN APLIKASI E-TICKETING ACARA WEBINAR WORKSHOP BERBASIS WEB PADA YAYAYASAN LITERASI SAINS
- [6] INDONESIA. *Jurnal SIKOM (Sistem Informasi Komputer)*, Volume 1, Nomor 2, 2024, 65.
- [7] FANDY FADILLAH. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Komunikasi Institut

- Bisnis dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Janji Jiwa di Summarecon Mall Kelapa Gading. Institut Bisnis Dan Informatika Kwik Kian Gie, Jakarta, 6–7.
- [8] Hadibrata, J. (2022). Implementasi OutSystems untuk Aplikasi Penjualan dan Stok Barang pada Toko Sembako Somay Berbasis Mobile [Skripsi, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, Jakarta].
- [9] Jacky, & Syaifullah. (2021). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT Focus Digisellindo Utama. Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen, 11(1), 46–57.
- [10] Kania, D., Arnidha, Y., & Wahyuni, E. (2024). Analisis Unsur-Unsur Etnomatematika Pada Gerak Tari Tradisional Bedana Lampung. In Journal of Elementary School Education (Vol. 4, Issue 1).
- [11] Kevin Agusdian. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Komunikasi Institut Bisnis dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Janji Jiwa di Summarecon Mall Kelapa Gading, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, Jakarta.
- [12] Magister, M. W., Pendidikan, A., Kristen, U., & Wacana, S. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method), Universitas Kristen Satya Wacana. jurnal pendidikan tambusai, 7 nomor 1 tahun 2023, 2896–2910.
- [13] Nita Rianty, Y., & Wibowo, I. (2024). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PRODUK AIR MINERAL HOME BRAND PADA SUPERMARKET XYZ (ANALYSIS OF MARKETING STRATEGIES IN INCREASING SALES VOLUME OF HOME BRAND MINERAL WATER AT XYZ SUPERMARKET) Universitas
- [14] Teknologi Digital 2024, Vol. 1 No. 7 Tahun 2024.
- [15] Pambudi, M. A. L. (2020). Studi integrasi layanan e-ticketing kapal laut penumpang pada e-dagang (e-commerce) (Tesis Magister). Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya.
- [16] Suharyono. (2024). Pengaruh sistem dan harga terhadap kinerja penerapan e-ticketing di Pelabuhan Roro Bengkalis. Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial, Program Studi D3 Ketatalaksanaan Pelayaran Niaga, Jurusan Kemaritiman, Politeknik Negeri Bengkalis 1(12), 379–384. 1.