

CUSTOMER SATISFACTION STUDY OF EMOTIONAL FACTORS AND EASE OF USE FACTORS
TO MOBILITY OF JAKARTA CITIZEN OF E-TOLL CARD USER

Galih Trias Farobi¹, Deden Syarif Hidayatullah²

Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Univeritas Telkom

Farobiobi@students.telkomuniversity.ac.id, Dedensyarifhidayatullah@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Penelitian ini dilatar belakangi dengan banyaknya tingkat kendaraan yang beroperasi di Tol Jakarta, namun masih sedikitnya tingkat penggunaan *E-toll Card*. Dimana kegunaan *E-toll Card* sebagai alat pembayaran elektronik. Apakah sebenarnya keberadaan *E-toll Card* tersebut telah memenuhi kepuasan pelanggannya dalam bermobilitas. Apakah secara emosional pelanggan tidak menyukai keberadaan *E-toll Card*. Apakah secara faktor kemudahan yang di hasilkan *e-toll card* tak mampu membantu pelanggan dalam bermobilisasi.

Penelitian ini membahas mengenai dua faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu faktor emosional dan faktor kemudahan terhadap mobilitas pengguna *E-toll Card*. Dalam penelitian ini, menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan populasi 400 orang dan sampel 384 orang dengan tingkat kesalahan 5%. Studi kasus penelitian ini ada di Jakarta dengan ruang lingkup pengguna *E-toll Card* di Jakarta pada periode agustus hingga desember.

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa faktor emosional dan faktor kemudahan memiliki dampak terhadap mobilitas pengguna kartu *E-toll Card* dalam mobilisasinya

Kata kunci: Emosional, Kemudahan, Mobilitas, Pemasaran

Abstract

The reseach was based on how many levels of vehicles which operating in Jakarta's Toll, but still down of level of the use of E-Toll Card. Which the use of E-Toll Card as electronic payment. Whater the presence of E-Toll Card has met customer satisfaction in mobility. Do emotionally customers do not like the presence of E-Toll Card. Is it the ease factors of e-toll card can not assist customers in mobilitation.

This study discuss about the two factors that affect customer satisfaction, the emotional factors and the ease of use factor to mobility E-Toll Card user. This study is use quantitative research with populations of 400 people and samples 384 people with a margin of error of 5% .Studi case in this research is in Jakarta with the scope of the E-Toll Card usere in Jakarta in the period from August to December.

The results of this study can be concluded that the emotional factor and ease of use factors have an impact on mobility card users E-Toll Card in mobilization

Keywords: Emotional, Ease of Use, Mobility, Marketing

1. Pendahuluan

1.1 Latarbelakang

Berdasarkan administrasi wilayah, Provinsi DKI Jakarta terbagi menjadi 5 wilayah kota administrasi dan satu kabupaten administratif, yakni: Kota administrasi Jakarta Pusat dengan luas 47,90 km², Jakarta Utara dengan

Penduduk DKI Jakarta berjumlah 10.177.900 jiwa, dengan tingkat kepadatan penduduk berjumlah 15.367 jiwa/km². Dengan jumlah kendaraan bermotor mencapai 17.523.967 kendaraan. Dan, jumlah kendaraan beroperasi di tol Jakarta sebesar 18.057.431 kendaraan.

Peneliti hanya berfokus kepada pengguna *E-Toll Card*. Dengan batasan fokus hanya pada masyarakat yang ada di Jakarta dan yang menggunakan E-Toll Card saja.

Menurut survey, bahwa pengguna E-toll Card mengalami kenaikan, namun tidaklah signifikan hanya menjadi 11 persen saja.. rupanya masyarakat belum memiliki budaya menggunakan E-Toll Card dan lebih sering melakukan pembayaran secara manual. Ini yang mendasari peneliti untuk melakukan penelitian, apakah sesungguhnya E-Toll Card secara mobilitas tidak membantu para pengguna Toll di Jakarta.

1.2 Perumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang yang telah penulis sampaikan maka penulis merumuskan permasalahan yang ada sebagai berikut: *Pertama*, dengan melakukan transaksi pembayaran secara tunai tidak akan membuat transaksi tersebut menjadi lebih praktis. *Kedua*, masih rendahnya masyarakat pengguna alat transaksi non-tunai (*Less Cash*) yang ada di Indonesia.

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk melakukan kajian mengenai kepuasan faktor emosional dalam bermobilitas yang dirasakan oleh masyarakat kota Jakarta dalam penggunaan *E-Toll Card*.
2. Untuk melakukan kajian mengenai kepuasan faktor kemudahan dalam bermobilitas yang dirasakan oleh masyarakat kota Jakarta dalam penggunaan *E-Toll Card*.

2. Dasar Teori/ Material dan metodologi/ Perancangan

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Pengertian Kepuasan

Menurut Kottler dan Keller (2009 : 139), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsika produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.

Selanjutnya menurut Ebert, dan Griffin, (2007 : 246) kepuasan adalah tingkatan kenikmaan yang diterima seseorang. Apabila seseorang menikmatinya, mereka cukup puas. Namun, bila seseorang tidak menikmatinya maka mereka tidak cukup puas.

Menurut Irawan (2004 : 37) faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah :

- 1) Kualitas produk, pelanggan puas kalau setelah membeli dan menggunakan produk ternyata kualitas produknya baik;
- 2) Harga, untuk pelanggan yang sensitif, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena pelanggan akan mendapatkan *value of money* yang tinggi;
- 3) Service Quality, kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru. Kualitas pelayanan merupakan driver yang mempunyai banyak dimensi;
- 4) Faktor Emosional, pelanggan akan merasa puas (bangga) karena adanya nilai emosional yang diberikan oleh brand produk tersebut;
- 5) Kemudahan, pelanggan akan semakin puas apabila relative mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

Penulis hanya akan membatasi pada 2 faktor yaitu faktor emosional dan faktor kemudahan. Dalam jurnal yang ditulis oleh Darsono (2012) faktor emosional terdiri atas 3 komponen, yaitu:

- 1) Fisiologis;
- 2) Behavioral;
- 3) Kognitif.

Behavioral menurut O'Guinn dan Faber adalah berkaitan dengan emosi konsumen dalam pengambilan keputusan, karena berpengaruh pada kapan dan dimana konsumen berbelanja, apa mereka berbelanja sendiri ataukah bersama orang lain, dan bagaimana mereka merespon suasana belanja aktual (Darsono, 2012).

Kognitif menurut Krishman dan Olshavsky yang berarti bahwa emosi dapat bangkit ketika pelanggan mempersepsikan suatu tampilan dari apa telah dibeli, dan kemudian pelanggan mengevaluasi dari apa yang telah dibeli. (Darsono, 2012).

Kemudian faktor kemudahan, menurut McLeod dan Schell (2008 : 138) adalah suatu alat yang telah dibuat dengan seksama sehingga berbakat dan keahlian yang dimiliki oleh rentang pengguna yang luas dapat diakomodasi

Menurut Davis (1989: 987) kemudahan adalah sebuah sistem yang mudah digunakan tidak membutuhkan waktu lama untuk dipelajari sehingga individu memiliki kesempatan untuk mengerjakan sesuatu yang lain sehingga individu memiliki kesempatan untuk mengerjakan sesuatu yang lain sehingga berkaitan dengan efektifitas kinerja.

2.1.2 Pengertian dari *E-Toll Card (Smart Card)*

Sebelum membahas *E-Toll Card*, ada baiknya membahas *smartcard*, dimana *E-Toll Card* adalah salah satu pengembangan dari *Smart Card*. Menurut K. Ayo dan Ukpere (2010 :180) *Smartcard* adalah salah satu alat transaksi pembayaran system elektronik (E-Payment) yang dimana E-Payment adalah pertukaran nilai antar pihak dalam transaksi bisnis dan transmisi nilai informasi melalui jaringan teknologi informasi dan komunikasi.

E-Toll Card adalah teknologi yang digunakan untuk pembayaran *e-payment* untuk pembayaran tol.yang bertujuan untuk peningkatan pelayanan kepada para pengguna jalan tol. Yang dimana, memiliki manfaat agar transaksi di gardu tol menjadi lebih cepat. Dengan layanan ini para pelanggan tol tidak perlu lagi membawa uang tunai namun cukup menempelkan kartunya untuk membayar tarif tol. Bagi operator jalan tol penggunaan kartu tol elektronik adalah upaya modernisasi system pengoperasian jalan tol dengan mengurangi cash handling di gardu-gardu tol (bank mandiri, 2008)

Sedangkan pengertian lain, *E-Toll Card* adalah kartu elektronik yang digunakan untuk membayar biaya masuk jalan tol di sebagian daerah Indonesia. Penggunaanya hanya perlu menempelkan kartu untuk membayar uang tol dalam waktu 4 detik, lebih cepat dibandingkan bila membayar tunai yang membutuhkan waktu 7 detik (suara merdeka, 2015).

2.1.3 Pengertian Mobilitas

Secara konseptual menurut Mantra (1992; 12-15) mobilitas penduduk terdiri dari mobilitas permanen atau migrasi dan mobilitas non permanen atau sirkulasi. Mobilitas permanen adalah perpindahan penduduk dengan tujuan untuk menetap di daerah tujuan. Mobilitas non permanen tidak ada niatan untuk menetap di daerah tujuan.

Penulis membatasi penelitian ada pada mobilitas sirkulasi, menurut Mulyadi (2003:140) mobilitas sirkuler adalah pergerakan penduduk dari satu wilayah ke wilayah lain dengan tidak ada niatan menetap di daerah tujuan. Hal ini sesuai dengan paradigma geografis yang didasarkan atas konsep ruang dan waktu. Dimana data penduduk sirkuler sukar didapat, hal ini disebabkan para mobilitas sirkuler tidak memberi tahu kepergian mereka pada kantor daerah asal, begitu juga kedatangan mereka di daerah tujuan.

Menurut Mantra (2002:236) Berikut faktor-faktor yang mempengaruhi dorongan pindah dari daerah asal, diantaranya:

- 1) Faktor Ekonomi, pada umumnya mobilitas penduduk karena seseorang ingin merubah taraf hidup menjadi lebih baik.

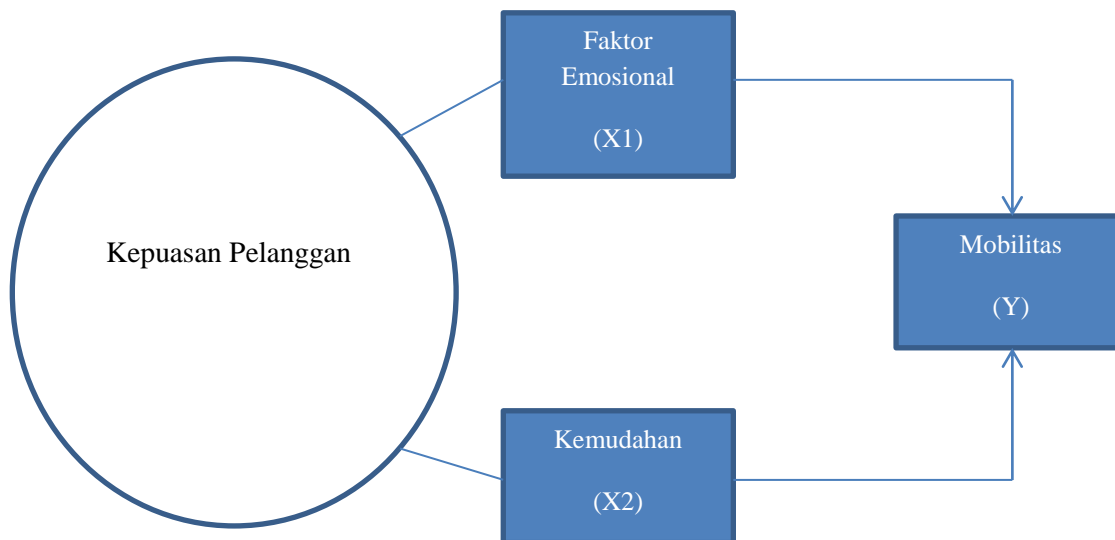
- ISSN : 2355-9357
- 2) Faktor Pendidikan, migrasi dalam salah satu wilayah tertentu berkembang sesuai dengan tingkat perkembangan dari suatu wilayah tertentu berkembang sesuai dengan tingkat perkembangan dari suatu wilayah tertentu merupakan daya tarik bagi penduduk dari berbagai jenis pendidikan.
- 3) Faktor Transportasi, tersedianya sarana transportasi, dengan adanya alat transportasi yang lengkap masyarakat bisa lebih mudah untuk akses keluar daerah untuk meningkatkan ekonomi disuatu daerah dan mempermudah orang-orang untuk bekerja atau bersekolah.

Menurut Lee (2000:4) faktor-faktor yang menjadi penarik adanya mobilitas adalah:

- 1) Tersedianya lapangan pekerjaan;
- 2) Kesempatan memperoleh pendapatan yang lebih tinggi;
- 3) Kesempatan yang lebih tinggi memperoleh pendidikan;
- 4) Keadaan lingkungan yang menyenangkan;
- 5) Kemajuan di tempat tujuan.

2.1.4 Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini membahas mengenai faktor emosional dan faktor kemudahan mempengaruhi mobilitas masyarakat Jakarta pengguna *E-Toll Card*. Dalam kerangka pemikiran ini menjelaskan bagaimana faktor emosional dan faktor kemudahan baik secara simultan dan parsial mempengaruhi mobilitas masyarakat Jakarta pengguna *E-Toll Card*.



Gambar 1
Kerangka pemikiran
Sumber : oleh penulis, 2016

2.2 Hipotesis Penelitian

Kepuasan pelanggan dari faktor emosional dan faktor kemudahan secara langsung berdampak kepada mobilitas masyarakat Jakarta pengguna *E-Toll Card*. Untuk itu tingkat kepuasan pengguna *E-Toll Card* jelas akan mempengaruhi dia dalam bermobilitas selama ini menggunakan *E-Toll Card*. Dengan demikian dapat di tarik hipotesis dari penelitian ini adalah

2.3 Metode Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode deskriptif kausal. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari kuisioner yang disebarkan kepada 400 responden. Teknik pengumpulan sampel yang digunakan adalah non probability sampling yaitu insidental sampling. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Untuk menganalisis data tersebut di bantu dengan menggunakan SPSS.

3. Pembahasan

Pada penelitian ini populasi yang diambil adalah pengguna *E-Toll Card* yang berada atau bermobilisasi di Toll di Jakarta. Jumlah populasi yang diamati oleh penulis adalah 400 orang. Dalam penelitian ini menggunakan tingkat kesalahan 5%. Dengan demikian didapatkan besar responden adalah 384.

Variabel Faktor Emosional (X1) memperoleh nilai keseluruhan sebesar 79,96%. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa kondisi variabel Faktor Emosional berada dalam kategori tinggi. Dalam variabel ini, responden sebanyak 47,75% memberikan tanggapan sangat setuju bahwa *E-toll Card* memiliki bentuk yang praktis. Kemudian, responden sebanyak 50,75% setuju bahwa bentuk *E-toll Card* sudah sesuai harapan penggunanya. Lalu, responen sebanyak 47,75% respon setuju bahwa bentuk *E-toll Card* sehingga mudah di taruh dimanapun. Kemudian, sebanyak 47,5% responden sangat setuju *E-toll Card* dapat digunakan untuk perjalanan sehari-hari. Setelah itu, responden sebanyak 48% sangat setuju bahwa *E-toll Card* dapat dibawa sebagai alat transaksi transportasi sehari-hari. Lalu, sebanyak 44,25% responden sangat setuju *E-toll Card* dapat digunakan kapanpun. Kemudian, 42,5% responden sangat setuju bahwa dapat digunakan dimanapun. Lalu, sebanyak 43,25% responden sangat setuju bahwa *E-toll Card* dapat memberikan rasa senang kepada penggunanya. Setelah itu, sebanyak 42,25% responden pengguna *E-toll Card* sangat setuju *E-toll Card* dapat memberikan rasa bangga pada diri penggunanya. Kemudian, sebanyak 41,25% responden sangat setuju *E-toll Card* dapat memberikan rasa percaya diri pada penggunanya. Kemudian, sebanyak 42% responden sangat setuju *E-toll Card* memberikan rasa nyaman pada diri penggunanya. Selanjutnya, responden sangat setuju sebesar 40,5% bahwa *E-toll Card* dapat memberikan rasa aman pada penggunanya.

Variabel Faktor Kemudahan (X2) memperoleh total nilai persentase sebesar 84%. Dengan kata lain variabel Faktor Kemudahan dalam mobilitas masyarakat penduduk Jakarta pengguna *E-toll Card* berada dalam kategori sangat tinggi. Dalam variabel ini, sebanyak 50% reponden sangat setuju bahwa responden tidak mengalami kesulitan dalam menggunakan *E-toll Card*. Kemudian, sebanyak 52,5% responden sangat setuju bahwa *E-toll Card* dapat dengan cepat untuk dipelajari. Lalu, sebesar 52,75% sangat setuju bahwa mudah untuk mengingat bagaimana menggunakan *E-toll Card*. Setelah itu, sebanyak 44,75% responden mengatakan bahwa *E-toll Card* mudah untuk didapatkan. Kemudian, responden sangat setuju bahwa instruksi dalam penggunaan *E-toll Card* sudah jelas sebesar 47,25%. Selanjutnya, responden sebanyak 44,5% sangat setuju bahwa pengisian saldo *E-toll Card* mudah untuk dilakukan dimana saja. Kemudian, sebanyak 46,75% responden sangat setuju bahwa semakin sering mengakses menggunakan *E-toll Card* semakin cepat pula dalam bermobilitas. Kemudian, sebanyak 47,25% responden setuju bahwa *E-toll Card* dapat membantu dalam bermobilisasi. Lalu, sebanyak 46,75% responden sangat setuju jika *E-toll Card* sangat flexibel. Selanjutnya, sebesar 52,25% responden setuju bahwa dengan *E-toll Card* transaksi dalam perjalanan mudah dan saldonya dapat diketahui. Lalu, sebanyak 48,5% responden setuju bahwa *E-toll Card* mudah untuk diakses dan digunakan. Kemudian, sebanyak 46,75% responden sangat setuju bahwa waktu tempuh dalam bermobilisasi dengan menggunakan *E-toll Card* lebih cepat dibandingkan dengan menggunakan transaksi cash. Selanjutnya, sebesar 48% responden setuju bahwa dengan menggunakan *E-toll Card* efektifitas dalam bermobilisasi bertambah.

Berdasarkan hasil uji hipotesis parsial (uji t). Pada variabel Faktor Emosional (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap mobilisasi masyarakat Jakarta pengguna *E-toll Card*. Hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung yang diperoleh variabel X_1 adalah 10,388. Maka dapat disimpulkan bahwa t hitung > t tabel yaitu $10,388 > 1,965$ yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian variabel Faktor Emosional berpengaruh signifikan terhadap Mobilitas masyarakat Jakarta pengguna *E-toll Card*. Pada variabel Faktor Kemudahan (X2) Maka dapat disimpulkan bahwa t hitung > t tabel yaitu $4,710 > 1,965$ yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian variabel Faktor Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap Mobilitas masyarakat Jakarta pengguna *E-toll Card*.

Berdasarkan hasil uji simultan (uji F). F hitung yang diperoleh adalah sebesar 299,813. Kriteria uji F yaitu jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Berdasarkan tabel F pada *Journal of Management Education*, Vol. 4, No. 2, Agustus 2007, Page 299,813 > 3,02 atau F hitung > F tabel yang dengan kata lain H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini berarti Kepuasan Pelanggan (X) berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap Mobilitas (Y) pada masyarakat Jakarta pengguna *E-toll Card*.

Berdasarkan hasil uji Determinasi (R^2). Dengan menunjukkan $R Square = 0,602$ berarti 60,2% variabel Mobilitas dapat dijelaskan oleh variabel bebas Kepuasan Pelanggan (Faktor Emosional dan Faktor Kemudahan). Sedangkan sisanya 39,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini, seperti kualitas produk, harga, dan *Service Quality*.

4. Kesimpulan dan Saran

4.1 Kesimpulan

4.1.1 Faktor Emosional dan Faktor Kemudahan Masyarakat Jakarta Pengguna *E-Toll Card*

Kepuasan pelanggan pada masyarakat penduduk Jakarta pengguna *E-toll Card* secara keseluruhan termasuk pada kategori sangat tinggi dimata responden, berdasarkan analisis pada variabel Faktor Emosional dan Faktor Kemudahan tersebut secara keseluruhan mendapatkan nilai 81,98%. Hal ini ditunjukkan pada rata-rata skor yang di peroleh dari hasil responden yang menggunakan *E-toll Card* mengenai Faktor Emosional dan Faktor Kemudahan termasuk pada kategori sangat tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden yang menggunakan *E-toll Card* secara Faktor Emosional dan Faktor Kemudahan sudah sangat terpenuhi.

4.1.2 Mobilitas Masyarakat Jakarta pengguna *E-Toll Card*

Mobilitas masyarakat penduduk Jakarta pengguna *E-toll Card* mendapatkan respon sangat tinggi yaitu sebesar 85,83% berdasarkan analisa. Responden beranggapan bahwa *E-toll Card* sudah sangat membantu dalam hal mobilitas.

4.1.3 Besar Faktor Emosional dan Faktor Kemudahan terhadap Mobilitas Masyarakat Penduduk Jakarta pengguna *E-Toll Card*

Berdasarkan hasil uji t, variabel Faktor Emosional dan Faktor Kemudahan memiliki pengaruh positif secara signifikan terhadap Mobilitas masyarakat penduduk Jakarta pengguna *E-toll Card*, karena nilai t hitung lebih besar daripada t tabel (1,965).

Selanjutnya, berdasarkan hasil uji hipotesis simultan (uji F) diperoleh Faktor Emosional dan Faktor Kemudahan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Mobilitas masyarakat Jakarta penduduk Jakarta pengguna *E-toll Card*. Besarnya pengaruh Kepuasan Pelanggan secara parsial terhadap Mobilitas masyarakat Jakarta pengguna *E-toll Card* adalah sebesar 60,2%, sedangkan sisanya 39,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak di dalam penelitian ini, seperti kualitas produk, harga, dan *Service Quality* yang dijelaskan dalam Irawan (2004:37).

4.2 Saran

4.2.1 Bagi Perusahaan (Bank Mandiri selaku produsen *E-Toll Card*)

- 1) Apa yang sudah ditawarkan oleh *E-toll Card* bagi masyarakat sudah berada dalam kategori sangat tinggi, namun untuk meningkatkan Kepuasan Pelanggan perlu diadakannya sosialisasi penggunaan *E-toll Card*.
- 2) Perlu adanya sosialisasi secara luas kepada masyarakat terkait dengan *E-toll Card* ini agar dapat meningkatkan jumlah pengguna.

4.2.2 Bagi Masyarakat

Disarankan untuk beralih menggunakan *E-toll Card* dikarenakan *E-toll Card* telah meningkatkan kepuasan pelanggan pengguna *E-toll Card*.

4.2.3 Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan agar dapat terus mengembangkan penelitian ini. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat lebih vaiatif dengan mengembangkan dimensi-dimensi lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen sebagai variabel tambahan, seperti Kualitas Produk, Harga, dan *Service Quality*.

Untuk peneliti selanjutnya, dapat meneruskan penelitian ini dengan jumlah responden atau sampel yang lebih besr maupun cakupan yang lebih besar dan mendapatkan hasil yang maksimal untuk meneliti suatu pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Mobilitas Masyarakat Penduduk Jakarta Pengguna *E-toll Card*.

- [1] Ayo, Charles K. dan Ukpere, Wilfred Isioma. (2010). *Design of a secure unified e-payment system in Nigeria: A case study.* *African Journal of Business Management*, 4(9),1753-1760. Retrieved from Academia Journal.
- [2] Bank Mandiri. (2008, 31 oktober). *Jasa Marga dan 3 Operator Tol Lain Kerja Sama E-Payment Dengan Bank Mandiri.* *Bank Mandiri* [Online] tersedia di ir.bankmandiri.co.id (diakses pada 26 Maret 2016)
- [3] Darsono. (2012). Faktor Emosional dalam Perilaku Konsumen. *Dharma Ekonomi*. 36/Th XIX/Okttober 2012. Retrieved From ejurnal.stiedharmaputra-smg.ac.id
- [4] Davis, F.D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use And User Acceptance Of Information Technology. *MIS Quarterly*. 13(3). 987 Retrieved From jstor
- [5] Ebert, Ronald J dan Griffin, Ricky W. (2007). *Management Bussiness Edisi Delapan*. Jakarta: Erlangga.
- [6] Irawan, H. (2004). *Indonesian Customer Satisfaction: Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan Merk Pemenang ICOSA*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- [7] Isti, Bambang. (2015, 20, 09). *„Pengguna Tol Belum Berbudaya Gunakan E-toll Card*. Berita Suara Merdeka. Tersedia: berita.suaramerdeka.com (Diakses pada 12 Desember 2016)
- [8] Kottler, Philip, dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1* Edisi Ketiga Belas. Jakarta: Erlangga
- [9] Lee, Everett (2000). *Teori Migrasi*. Yogyakarta: PSKK UGM
- [10] Mantra, IB. (1992). *Mobilitas penduduk sekuler dari desa ke kota di Indonesia*. Yogyakarta: PPK UGM
- [11] Mantra, Ida Bagus. (2003) *Demografi Umum*. Edisi kedua. Yogyakarta: Pustaka Belajar
- [12] McLeod, Raymond dan Schell. (2008). *Sistem Informasi Manajemen*, Edisi 10. Jakarta: Salemba
- [13] Mulyadi. (2003). *Ekonomi Sumber Daya Manusia dalam Perspektif Pembangunan*. Jakarta: Rajagrafindo Persada