



## Pengaruh Sistem Informasi Manajemen: Kepuasan Konsumen dan Keputusan Pembelian Tiket MPL Mobile Legend di Aplikasi Blibli.com

Farhan Saputra<sup>1</sup>, Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia

e-mail: [farhansaputra121@gmail.com](mailto:farhansaputra121@gmail.com)<sup>1</sup>, [franciscus@dsn.ubharajaya.ac.id](mailto:franciscus@dsn.ubharajaya.ac.id)<sup>2</sup>

Corresponding Author: [farhansaputra121@gmail.com](mailto:farhansaputra121@gmail.com)

### ABSTRACT

*This study aims to determine consumer satisfaction which is influenced by the management information system and the decision to buy MPL Mobile Legend tickets is influenced by the management information system. The object of this research is consumers who buy MPL Mobile Legend tickets on the Blibli.com application. The research method used is descriptive quantitative, which uses SPSS version 27 to process the data. The population in this study is 147 people with a research sample of 50 people. The sampling technique used is accidental sampling. Tests performed in the form of t-test, f-test and test the coefficient of determination. The results of this study are: 1) Customer satisfaction is partially influenced by the management information system in the Blibli.com application; 2) The decision to purchase MPL Mobile Legend tickets is partially influenced by the information management system in the Blibli.com application; and 3) Consumer satisfaction and purchasing decisions are simultaneously influenced by the management information system in the Blibli.com application.*

**Keywords:** Management information systems, customer satisfaction, purchasing decisions

### ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan konsumen yang dipengaruhi oleh sistem informasi manajemen dan keputusan pembelian tiket MPL *Mobile Legend* dipengaruhi oleh sistem informasi manajemen. Objek penelitian ini yaitu pada konsumen yang melakukan pembelian tiket MPL *Mobile Legend* di Aplikasi Blibli.com. Metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif deskriptif, dimana menggunakan alat SPSS versi 27 dalam melakukan olah data. Populasi dalam penelitian ini yaitu berjumlah 147 orang dengan sampel penelitian sebanyak 50 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *accidental sampling*. Uji yang dilakukan berupa uji-t, uji-f dan uji koefisien determinasi. Hasil penelitian ini yaitu: 1) Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh sistem informasi manajemen di aplikasi Blibli.com secara parsial; 2) Keputusan pembelian tiket MPL *Mobile Legend* dipengaruhi oleh sistem manajemen informasi di aplikasi Blibli.com secara parsial; dan 3) Kepuasan konsumen dan keputusan pembelian dipengaruhi oleh sistem informasi manajemen di aplikasi Blibli.com secara simultan.

**Kata Kunci:** Sistem informasi manajemen, kepuasan konsumen, keputusan pembelian

## PENDAHULUAN

Mobile legend merupakan aplikasi permainan games online yang tersedia pada playstore dan appstore. Mobile legend indonesia muncul di Indonesia pada tahun 2016, dimana menjadi games online terlaris hingga saat ini. Jumlah pemain aktif mobile legend Indonesia di tahun 2022 mencapai 80 juta jumlah pemain. Hal tersebut menandakan bahwa permainan mobile legend masih diminati hingga saat ini walaupun bermunculan game serupa atau game fps dengan grafik yang lebih baik. Dengan tingginya antusias pemain dan peminat game mobile legend di Indonesia, menjadikan pengembang game tersebut *Shanghai Moonton Technology Co. Ltd*, mengadakan pertandingan kompetitif yang dapat memacu minat dan antusias pemain *mobile legend*. Salah satu pertandingan kompetitif yang dilakukan *moonton* ialah MPL Indonesia (*Mobile Legends Professional League Indonesia*) dimana pertandingan tersebut mempertemukan antar pemain professional mobile legend dari berbagai tim *e-sport* yang ada, mulai dari EVOS, RRQ, ONIC, Bigetron hingga Alter Ego. Dalam kompetisi MPL dilakukan disuatu venue, dimana disediakan kursi bagi penonton atau peminat mobile legend untuk hadir secara langsung, namun pengunjung harus membeli tiket terlebih dahulu yang ditawarkan pada aplikasi e-commerce Blibli.com. Tiket pertandingan MPL hanya dapat dilakukan pembelian pada e-commerce Blibli.com, sehingga banyak orang yang mengakses e-commerce tersebut dan erat kaitannya dengan sistem informasi manajemen aplikasi. Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka ditentukan rumusan masalah sebagai berikut:

- 
1. Apakah kepuasan konsumen dipengaruhi oleh sistem informasi manajemen di aplikasi Blibli.com parsial ?.
  2. Apakah keputusan pembelian dipengaruhi oleh sistem informasi manajemen di aplikasi Blibli.com secara parsial ?.
  3. Apakah kepuasan konsumen dan keputusan pembelian dipengaruhi oleh sistem informasi manajemen di aplikasi Blibli.com secara simultan ?.

## KAJIAN TEORI

### Sistem Informasi Manajemen

Sistem informasi manajemen merupakan sekumpulan dari interaksi sistem informasi yang bertugas dalam mengumpulkan serta mengelola data dalam upaya menyediakan informasi yang berguna bagi semua tingkatan manajemen di dalam upaya perencanaan dan pengendalian perusahaan (Tian Sanjaya et al., 2022). Sistem informasi manajemen merupakan sistem perencanaan yang menjadi bagian dari pengendalian internal suatu organisasi yang didalamnya berupa pemanfaatan manusia, dokumen, teknologi serta prosedur guna mengatasi masalah bisnis seperti pelayanan, biaya produk serta menentukan strategi bisnis (Sari & Ali, 2019). Indikator sistem informasi manajemen meliputi: 1) Akurasi: artinya informasi yang diberikan harus sesuai; 2) Informasi harus tepat waktu, pada saat yang dibutuhkan; 3) Tepat bila sesuai, informasi yang diberikan harus sesuai dengan yang diminta; dan 4) Lengkap, artinya informasi yang diberikan harus lengkap: dimana pengguna dapat menerima informasi yang menyajikan gambaran lengkap dari suatu masalah tertentu (Putri Primawanti & Ali, 2022). Dimensi dalam sistem informasi manajemen antara lain: 1) Hardware; 2) Software; 3) Brainware; 4) Prosedur; 5) Basis data; dan 6) Komunikasi data dan jaringan komputer (Puspitasari & Putra Danaya, 2022).

### Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan kondisi dimana kebutuhan, keinginan serta harapan konsumen mengenai produk atau jasa, kesesuaian atau terpenuhi dengan penampilan dari

produk dan jasa. Kepuasan konsumen adalah keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang atau jasa setelah mereka menggunakan atau memperolehnya (Subaebasni et al., 2019). Kepuasan konsumen adalah sikap senang atau kecewa seseorang yang timbul setelah menggunakan atau memperoleh barang atau jasa terhadap barang atau jasa yang diharapkan. Indikator kepuasan konsumen meliputi: 1) Kualitas pelayanan; 2) Harga; dan 3) Kemudahan penggunaan. Dimensi yang terdapat dalam kepuasan konsumen antara lain: 1) *Satisfaction Toward Quality* (Kepuasan terhadap kualitas produk); 2) *Satisfaction Toward Value* (Kepuasan terhadap harga); dan 3) *Perceived Best* (Ali et al., 2022).

### Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan suatu konsumen yang ada pada konsumen dan dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, harga, lokasi dan promosi yang dilakukan oleh penjual atau organisasi (Fasha et al., 2022). Keputusan pembelian berkaitan dengan preferensi terhadap merek-merek yang terdapat dalam kumpulan pilihan. Keputusan pembelian merupakan langkah yang dilakukan konsumen sebelum akhirnya memutuskan untuk membeli barang atau jasa tersebut (Firdayanti et al., 2022). Indikator keputusan pembelian meliputi: 1) Kemantapan membeli; 2) Membeli karena menyukai merek; 3) Membeli sesuai kebutuhan dan keinginan; dan 4) Membeli karena rekomendasi orang lain. Dimensi yang terdapat pada keputusan pembelian antara lain: 1) Pilihan produk; 2) Pilihan merek; 3) Pilihan penyalur; 4) Waktu pembelian; dan 5) Metode pembayaran (Cesariana et al., 2022).

### Conceptual Framework

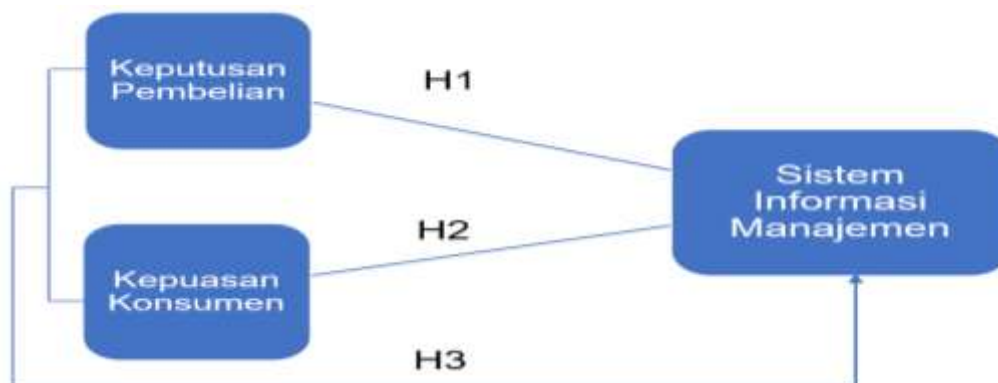


Figure 1. Conceptual Framework

Berdasarkan rerangka konseptual diatas, keputusan pembelian dan kepuasan konsumen dipengaruhi oleh sistem informasi manajemen aplikasi Blibli.com. Selain kedua variabel exogen yang dipengaruhi oleh variabel endogen. Terdapat faktor lain yang dipengaruhi oleh sistem informasi manajemen, antara lain:

- 1) Kualitas pelayanan: (Kristianto et al., 2022), (Wydyanto & Rafqi Ilhamalimy, 2021), (Athar et al., 2020), (Munawar & Mahaputra, 2022).
- 2) Harga: (Kristianto et al., 2022), (Doan & Ali, 2021), (Ricardo, 2021), (Saputra & Mahaputra, 2022), (Mahaputra & Saputra, 2021).
- 3) Kemampuan teknik personal: (Wira Satria & Asmara Putra, 2019), (Dharmawan & Ardianto, 2017), (Susetyo & Suherman, 2016).

## Hipotesis Penelitian

1. H1: Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh sistem informasi manajemen di aplikasi Blibli.com parsial
2. H2: Keputusan pembelian dipengaruhi oleh sistem informasi manajemen di aplikasi Blibli.com secara parsial
3. H3: Kepuasan konsumen dan keputusan pembelian dipengaruhi oleh sistem informasi manajemen di aplikasi Blibli.com secara simultan

## METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode kuantitatif dan library research. Dengan teknik pengambilan sampel yaitu *Accidental Sampling* yang dibantu dengan aplikasi SPSS 27 untuk menguji hipotesis. Penelitian ini dilakukan kepada konsumen yang melakukan pembelian tiket MPL di e-commerce Blibli.com. Responden melakukan pengisian kuisioner melalui *Google Form* yang linknya dibagikan pada sosial media instagram, dimana jika followers ada yang melakukan pembelian tiket diperkenankan mengisi kuisioner. Dalam penelitian ini menggunakan *Accidental Sampling* sebanyak 50 responden konsumen yang melakukan pembelian tiket MPL di e-commerce Blibli.com. Uji yang dilakukan pada penelitian ini yaitu uji-t, uji-f dan uji koefisien determinasi (Ali & Nandan, 2013).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

#### Uji-T

**Tabel 1. Koefisien**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11,993	2,973		3,969	,000
K.K	,198	,087	,227	2,323	,026
K.P	,563	,075	,706	7,265	,000

a. Dependent Variable: Sistem Informasi Manajemen

b. Source: Output SPSS 27

Uji T menggunakan nilai signifikansi alpha ( $\alpha$ ) = 5%. Hasil pengukuran berdasarkan output SPSS versi 27, diperoleh nilai t-tabel =  $(0.05/2) = 0.025$  dan  $df = n-k-1 = (50-2-1)$ , jadi hasil t-tabel yaitu 2.011. Hasil t-hitung > t-tabel ( $2.323 > 2.011$ ) dan nilai signifikansi alpha ( $\alpha$ ) yaitu 0.026 (<) 0.05. Jadi kepuasan konsumen dipengaruhi oleh sistem informasi manajemen aplikasi blibli.com secara parsial. Hasil t-hitung > t-tabel ( $7.265 > 2.011$ ) dan nilai signifikansi alpha ( $\alpha$ ) adalah 0.000 (<) 0.05. Jadi keputusan pembelian dipengaruhi oleh sistem informasi manajemen aplikasi blibli.com secara parsial.

#### Uji-F

**Tabel 2. Anova**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	421,229	2	211,310	29,643	,000 <sup>b</sup>
	Residual	334,889	47	7,165		
	Total	757,061	49			

- a. Dependent Variable: Sistem Informasi Manajemen
- b. Predictors: (Constant), Kepuasan Konsumen, Keputusan Pembelian

Jika nilai signifikan  $< 0.05$ , variabel independent berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent. Berdasarkan hasil tabel diatas, nilai signifikansi diperoleh sebesar  $0,000 < 0.05$ . Jadi variabel independent berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent secara simultan. Artinya kepuasan konsumen dan keputusan pembelian dipengaruhi positif dan signifikan oleh sistem informasi manajemen aplikasi blibli.com secara simultan (H3 diterima). Berdasarkan hasil output SPSS 27 diatas, diperoleh nilai F sebesar  $29,643 > 10.00$ . Jadi kepuasan konsumen dan keputusan pembelian dipengaruhi positif dan signifikan oleh sistem informasi manajemen aplikasi blibli.com secara simultan.

### Koefisien Determinasi

**Tabel 3. Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,747 <sup>a</sup>	,559	,527	2,679

a. Predictors: (Constant), K.K, K.P.

b. Variabel Dependent: Sistem Informasi Manajemen

Berdasarkan tabel model summary diatas, diperoleh nilai r-square sebesar 0.559 atau (55,9%%). Hal tersebut menunjukkan persentase pengaruh variabel independent, yaitu kepuasan konsumen dan keputusan pembelian terhadap variabel dependent yaitu sistem aplikasi manajemen blibli.com sebesar 55,9%. Artinya  $1 - 0,559 = 0.441$  atau 44,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

### Pembahasan

Berdasarkan hasil uji diatas dan kajian teori, peneliti membahas pengaruh antar variabel sebagai berikut:

#### 1. Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh sistem informasi manajemen di aplikasi Blibli.com secara parsial

Kepuasan konsumen adalah keseluruhan sikap yang mencakup konsumen dan ditunjukkan atas barang atau jasa yang mereka telah diperoleh atau gunakan. Kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain: Kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan *after sales*. Sistem informasi manajemen yang digunakan mobile legend dalam menjual tiket MPL di Blibli yaitu dimana mereka menjual tiket secara online melalui e-commerce Blibli, sehingga memudahkan pembeli yang ingin membeli tiket pertandingan MPL mobile legend. Apabila pihak mobile legend mampu menerapkan dan mengimplementasikan kualitas pelayanan, harga dan kemudahan penggunaan, maka akan berdampak terhadap kepuasan terhadap produk, kepuasan terhadap harga dan kepuasan terhadap pelayanan.

Pihak mobile legend melakukan penjual tiket di Blibli.com dengan mengurutkan berdasarkan kategori tempat duduk, dan berdasarkan tim yang akan bertanding di jam tertentu. Jadi harga yang diberikan berbeda antara jika tim X bertanding dengan saat tim Y bertanding. Selain itu posisi bangku juga mempengaruhi harga tiket, semakin dekat penonton dengan kursi pemain MPL, maka harga tiket berbeda dengan biasa yaitu seharga seratus ribu rupiah. Dalam melakukan pembelian tiket melalui aplikasi Blibli juga mudah, pembeli hanya perlu memilih tiket yang diinginkan, lalu melakukan payment sesuai pembayaran yang disediakan.

Berdasarkan hasil  $t$ -hitung  $>$   $t$ -tabel ( $2.323 > 2.011$ ) dan nilai signifikansi  $\alpha$  ( $\alpha$ ) yaitu  $0.026 (<) 0.05$ . Jadi kepuasan konsumen dipengaruhi oleh sistem informasi manajemen aplikasi blibli.com secara parsial (**H1 Diterima**).

## **2. Keputusan pembelian dipengaruhi oleh sistem informasi manajemen di aplikasi Blibli.com secara parsial**

Keputusan pembelian berkaitan dengan preferensi terhadap merek-merek yang terdapat dalam kumpulan pilihan. Keputusan pembelian merupakan langkah yang dilakukan konsumen sebelum akhirnya memutuskan untuk membeli barang atau jasa tersebut. Keputusan pembelian dipengaruhi oleh kebutuhan atau keinginan, kemantapan membeli dan rekomendasi orang lain. Pertandingan MPL mobile legend merupakan pertandingan event yang dilakukan setahun sekali oleh mobile legend Indonesia, sehingga antusiasme pemain dan peminat *game* mobile legend sangat tinggi. Kebanyakan dari mereka yang melakukan pembelian didasarkan atas keinginan sendiri dan rekomendasi orang lain.

Dengan tingginya jumlah pemain aktif mobile legend, dan event MPL merupakan pertandingan yang cukup bergengsi dimana pertandingan tersebut diisi oleh tim-tim esport besar Indonesia dalam divisi mobile legend.

Berdasarkan hasil  $t$ -hitung  $>$   $t$ -tabel ( $7.265 > 2.011$ ) dan nilai signifikansi  $\alpha$  ( $\alpha$ ) adalah  $0.000 (<) 0.05$ . Jadi keputusan pembelian dipengaruhi oleh sistem informasi manajemen aplikasi blibli.com secara parsial (**H2 Diterima**).

## **3. Kepuasan konsumen dan keputusan pembelian dipengaruhi oleh sistem informasi manajemen di aplikasi Blibli.com secara simultan**

Kepuasan konsumen merupakan indikasi yang menandakan bahwa konsumen puas terhadap produk, jasa, harga dan kualitas pelayanan yang diberikan penjual atau penyedia layanan. Keputusan pembelian merupakan hal yang dilakukan pembeli saat hendak melakukan pembelian. Oleh karena itu kepuasan konsumen dan keputusan pembelian menjadi kesatuan yang tidak dapat dipisahkan dalam konsumen.

. Berdasarkan hasil tabel diatas, nilai signifikansi diperoleh sebesar  $0,000 < 0.05$ . Jadi variabel independent berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent secara simultan. Artinya kepuasan konsumen dan keputusan pembelian dipengaruhi positif dan signifikan oleh sistem informasi manajemen aplikasi blibli.com secara simultan (**H3 diterima**). Berdasarkan hasil output SPSS 27 diatas, diperoleh nilai  $F$  sebesar  $29,643 > 10.00$ . Jadi kepuasan konsumen dan keputusan pembelian dipengaruhi positif dan signifikan oleh sistem informasi manajemen aplikasi blibli.com secara simultan (**H3 Diterima**).

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan kajian pustaka dan pembahasan diatas, maka peneliti menyimpulkan kesimpulan antara lain:

1. Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh sistem informasi manajemen di aplikasi Blibli.com secara parsial.
2. Keputusan pembelian dipengaruhi oleh sistem informasi manajemen di aplikasi Blibli.com secara parsial.
3. Kepuasan konsumen dan keputusan pembelian dipengaruhi oleh sistem informasi manajemen di aplikasi Blibli.com secara simultan.

## REFERENSI

- Ali, H., & Nandan, L. (2013). *Metodologi Penelitian (Petunjuk Praktis untuk Pemecahan Masalah Bisnis, Penyusunan Skripsi, Tesis, dan Disertasi)*. Deepublish.
- Ali, H., Zainal, V. R., & Ilhamalimy, R. R. (2022). Determination of Purchase Decisions and Customer Satisfaction: Analysis of Brand Image and Service Quality (Review Literature of Marketing Management). *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 3(1), 141–153. <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v3i1.1100>
- Athar, H. S., Sutanto, H., & Kusmayadi, I. (2020). Analysis of Consumer Perceptions of Service Quality of Drinking Water Companies. *Dinasti International Journal of Management Science*, 1(4), 556–562. <https://doi.org/10.31933/dijms.v1i4.190>
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224. <https://dinastirev.org/JMPIS/article/view/867>
- Dharmawan, J., & Ardianto, J. (2017). Pengaruh Kemutakhiran Teknologi, Kemampuan Teknik Personal Sistem Informasi, Program Pelatihan Pengguna Dan Dukungan Manajemen Puncak Terhadap Kinerja Sistem Informasi Akuntansi. *Ultimaccounting : Jurnal Ilmu Akuntansi*, 9(1), 60–78. <https://doi.org/10.31937/akuntansi.v9i1.588>
- Doan, A. N. G., & Ali, H. (2021). Repurchase Model Through Purchase Decision: Analysis of Product and Price Effect on Dulux Paint Consumers in DKI Jakarta and Tangerang Area. *Dinasti International Journal of Economic, Finance, and Accounting*, 2(1), 92–108.
- Fasha, A. F., Robi, M. R., & Windasari, S. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador Dan Brand Image (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 30–42. <https://dinastirev.org/JMPIS/article/view/840>
- Firdayanti, A., Putri, D. A., Risuandi, D., & ... (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Promosi Dan Endorsement. ... *Pendidikan Dan Ilmu ...*, 3(1), 175–190. <https://dinastirev.org/JMPIS/article/view/865>
- Kristianto, A., Sawitri, N. N., & Achmad Harianto, R. (2022). Analysis Effect of Price, Service Quality and Marketing Relationship on Repurchasing Interest With Customer Satisfaction As Intervening Variable in Cv. Bekasi Unggas. *Dinasti International Journal of Management Science*, 3(3), 488–498. <https://doi.org/10.31933/dijms.v3i3.1094>
- Mahaputra, M. R., & Saputra, F. (2021). RELATIONSHIP WORD OF MOUTH , ADVERTISING AND PRODUCT QUALITY TO BRAND AWARENESS. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 2(6), 1099–1108.
- Munawar, N. A., & Mahaputra, M. R. (2022). INFLUENCE OF CASHBACK PROMOTION , E-SERVICE QUALITY , CUSTOMER SATISFACTION ON RE-USE INTEREST. *Dinasti International Journal of Management Science*, 3(4), 742–751.
- Puspitasari, D., & Putra Danaya, B. (2022). Pentingnya Peranan Komunikasi Dalam Organisasi: Lisan, Non Verbal, Dan Tertulis (Literature Review Manajemen). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(3), 257–268. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i3.817>
- Putri Primawanti, E., & Ali, H. (2022). Pengaruh Teknologi Informasi, Sistem Informasi Berbasis Web Dan Knowledge Management Terhadap Kinerja Karyawan (Literature Review Executive Support Sistem (Ess) for Business). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(3), 267–285. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i3.818>
- Ricardo, R. (2021). BUILDING PURCHASE INTENTION: COMPANY IMAGE , PRODUCT KNOWLEDGE AND PRICE PERCEPTION. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 2(6), 1090–1098.

- Saputra, F., & Mahaputra, M. R. (2022). Relationship of Purchase Interest , Price and Purchase Decisions to IMEI Policy ( Literature Review Study ). *Journal of Low Politic and Humanities*, 2(2), 71–80.
- Sari, V. N., & Ali, H. (2019). Perumusan Strategi Bagi Universitas Putra Indonesia Yptk Padang Untuk Meraih Keunggulan Bersaing. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 1(1), 7–16. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v1i1.42>
- Subaebasni, Rinawati, H., & Anoesyirwan Moeins. (2019). THE INFLUENCE OF CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT, CUSTOMER SATISFACTION QUALITY OF SERVICE AND CUSTOMER LOYALTY (Empirical Study On Corporate Travel Organizers Umrah and Hajj PT. Travel Albadriyah). *Dinasti International Journal of Management Science*, 1(2), 114–125. <https://doi.org/10.31933/dijms.v1i2.39>
- Susetyo, D. P., & Suherman, A. (2016). Dukungan Manajemen, Kemampuan Teknik dan Pelatihan Terhadap Kinerja Sistem Informasi Akuntansi. *Simnasiptek 2016*, 1(1), 18–27.
- Tian Sanjaya, H., Rafli hermawan, M., & Dwi Mardika, B. (2022). Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Kepemimpinan: Kualitas Kerja, Efektivitas Kerja, Dan Komunikasi Kerja (Literature Review Kualitas Kerja). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(3), 300–311. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i3.820>
- Wira Satria, I. G. N. W., & Asmara Putra, I. N. W. (2019). Pengaruh Kemampuan Teknik Personal, Keterlibatan Pemakai, Pendidikan dan Pelatihan pada Efektivitas Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi. *E-Jurnal Akuntansi*, 26, 763. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v26.i01.p28>
- Wydyanto, W., & Rafqi Ilhamalimy, R. (2021). Determination of Purchasing Decisions and Customer Satisfaction: Analysis of Service Quality and Product Quality (Marketing Management Literature Review). *Dinasti International Journal of Education Management And Social Science*, 2(3), 565–575. <https://doi.org/10.31933/dijemss.v2i3.822>