

Analyzing The Effects Of Customer Satisfaction As An Intervening Variable On The Perceived Usefulness And Ease Of Use On The Intention To Reuse (Study On The Use Of The New Sakpole Application)

Analisis Pengaruh Perceived Ease Of Use Dan Perceived Usefulness Terhadap Reuse Intention Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Penggunaan Aplikasi New Sakpole)

Arief Kuswanadji^{1*}, DC Kuswardani², Adijati Utaminingsih³

Universitas Semarang^{1,2,3}

arief.kuswanadji@gmail.com¹

*Corresponding Author

ABSTRACT

The Central Java Province's New Sakpole program allows for online motor vehicle tax (MVT) payments. The rationale behind selecting this item is that a growing number of taxpayers choose to pay MVT through the Office of Single Administrative System One Roof (Samsat), leaving the taxpayers who utilize this application rather rare. Furthermore, the new Sakpole app has a low rating in the Play Store and numerous comments expressing unhappiness. This study aims to analyze the impact of perceived usefulness and simplicity of use on the intention to reuse, with customer satisfaction acting as a mediating variable in the use of New Sakpole applications. Using the purposive sampling technique, 100 respondents who have used the New Sakpole application make up the study's sample. The SmartPLS program 3.0, which operates on computer media, is used in this study to analyze data. The test's findings demonstrated that customer satisfaction was significantly and favorably impacted by perceived usefulness and convenience of use. Additional research indicates that reuse intention is significantly and favorably influenced by perceived usefulness and simplicity of use. The mediation test's findings demonstrated that customer satisfaction has the power to mediate the relationship between perceived usefulness and convenience of use and reuse intention.

Keywords: Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, Customer Satisfaction, And Reuse Intention

ABSTRAK

New Sakpole ialah aplikasi pembayaran Pajak Alat transportasi Bermotor(PKB) dengan cara online di Provinsi Jawa Tengah. Alibi penentuan subjek ini sebab harus pajak yang memakai aplikasi New Sakpole sedang amat sedikit serta lebih banyak yang memilah melaksanakan pembayaran PKB lewat Kantor Sistem Administrasi Manunggal Satu Asbes(Samsat). Di sisi itu, bersumber pada rating evaluasi pada Play Store, aplikasi New Sakpole tercantum kecil serta banyak yang membagikan pendapat yang menunjukkan rasa tidak puas. Tujuan dari riset ini merupakan buat menganalisa akibat perceived ease of use serta perceived usefulness kepada reuse intention dengan customer satisfaction selaku elastis intervening pada pemakaian aplikasi New Sakpole. Ilustrasi riset ini berjumlah 100 responden yang telah sempat memakai aplikasi New Sakpole dengan memakai tata cara purposive sampling. Riset ini memakai tata cara analisa informasi dengan memakai aplikasi SmartPLS tipe 3. 0 yang dijalani dengan alat pc. Hasil pengetesan membuktikan kalau perceived ease of use serta perceived usefulness mempengaruhi penting serta postif kepada customer satisfaction. Penemuan yang lain membuktikan kalau perceived ease of use serta perceived usefulness mempengaruhi penting serta postif kepada reuse intention. Hasil percobaan dampak perantaraan ditemui customer satisfaction sanggup memediasi perceived ease of use serta perceived usefulness kepada reuse intention.

Kata Kunci: Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, Customer Satisfaction, Dan Reuse Intention

1. Pendahuluan

Aparatur negeri selaku abdi khalayak diharuskan buat pembaruan dalam bagan tingkatkan pemberian jasa yang sebaik- baiknya pada warga dalam mengalami masa

kesejahteraan pada dikala ini alhasil dibutuhkan sesuatu kenaikan mutu jasa yang maksimal. Jasa khalayak di warga bisa dibidang maksimal bila masyarakat warga mendapatkan keringanan dalam bermacam perihal jasa yang hendak diserahkan alhasil lebih kilat, responsif, serta produktif. Salah satu metode buat menggapai situasi yang maksimal merupakan dengan mengg Teknologi tidak bisa dipisahkan dari kehidupan tiap hari unakan teknologi.

yang mana membuat banyak aktivitas menjadi lebih mudah untuk dilakukan (H. S. Wahyudi & Sukmasari, 2014). Perkembangan teknologi membagikan keringanan pada tiap wujud pandangan kegiatan tercantum dalam perihal pembayaran Pajak Alat transportasi Bermotor(PKB). Selaku usaha memudahkan jasa pada harus pajak selaku owner alat transportasi bermotor, Tubuh Pengelola Pemasukan Wilayah(Bappenda) Provinsi Jawa Tengah menghasilkan inovasi aplikasi yang bernama SAKPOLE(Sistem Administrasi Pajak Online) pada tahun 2017.

Aplikasi Saktpole ialah hasil kegiatan serupa sebagian lembaga ialah Penguasa Provinsi Jawa Tengah, Kepolisian Wilayah Jawa Tengah, Bappenda, serta PT Pelayanan Makmur. Tujuan diciptakannya aplikasi ini merupakan buat menanggulangi kasus pembayaran pajak, semacam terbatasnya durasi senggang harus pajak, kir status alat transportasi bermotor, memudahkan pembayaran PKB, Donasi Harus Anggaran Musibah Kemudian Rute Jalur(SWDKLLJ), serta Pendapatan Negeri Bukan Pajak(PNBP), dan pengesahan Pesan Ciri No Alat transportasi(STNK) dengan cara elektronik dari mana juga. Aplikasi Saktpole ada di Play Store dengan cara free dengan menggunakan ponsel pintar berplatform android selaku alat dalam melunasi pajak alat transportasi serta pengesahan STNK. Di tahun 2019, aplikasi Saktpole bertukar julukan jadi New Saktpole sebab ada kasus pada Play Store.

Konsumen ataupun harus pajak dapat membuka aplikasi di mana saja serta bila saja dengan metode memencet bentuk registrasi online dan memuat serta menjajaki petunjuk sampai timbul isyarat beri uang. Saluran pembayaran PKB dalam aplikasi Saktpole dapat dicoba lewat e- banking, mobile banking, minimarket, serta sebagian marketplace. Sehabis melaksanakan pembayaran, harus pajak mengajukan pengesahan STNK lewat menu e- Pengesahan. Administratur Kepolisian yang mempunyai wewenang pendaftaran serta pengenalan alat transportasi bermotor melaksanakan cara konfirmasi pengesahan STNK dengan cara elektronik. E- Pengesahan dikira sukses atau disetujui bila sudah keluar atau diunduh ciri buktinya selaku fakta penegsahan STNK yang legal.

Samsat diketahui selaku sesuatu bagian eksekutor sistem administrasi di dasar lindungan Bagian Jasa Pajak Wilayah(UPPD) yang mana bermanfaat buat memperlancar serta memesatkan jasa kebutuhan warga di Indonesia. Kehadiran kantor Samsat di tiap kota atau kabupaten menjadikannya selaku pusat pembayaran pajak di warga, tercantum PKB. Dengan cara konvensional, warga mempunyai banyak keterbatasan dalam melunasi pajak, antara lain jarak serta durasi tempuh mengarah kantor Samsat.

Aplikasi New Saktpole muncul selaku salah satu inovasi jasa di Provinsi Jawa Tengah dalam perihal pembayaran PKB alhasil diharapkan bisa membagikan akibat kepada capaian pendapatan PKB. Faktanya, pendapatan PKB dari New Saktpole nyatanya belum maksimal. Warga lebih banyak memilah melunasi pajak lewat Samsat dari lewat aplikasi New Saktpole.

Berdasarkan Tabel 1.1, realisasi penerimaan dari penggunaan aplikasi New Saktpole sampai dengan 31 Otober 2023 hanya senilai Rp 39.306.307.025,- atau sebesar 0,88% dari total penerimaan PKB Provinsi Jawa Tengah tahun anggaran 2023. Sisanya sebesar 99,12% penerimaan PKB berasal dari pembayaran melalui Samsat. Selain kurang diminati sebagai sarana untuk membayar PKB, aplikasi New Saktpole ternyata juga mendapat penilaian yang kurang bagus di Play Store. Berdasarkan data Play Store 29 Oktober 2023, New Saktpole mendapatkan 16.712 ulasan dengan rata-rata rating bintang 3,0 dari skala penilaian 1 s.d. 5. Mayoritas pengguna New Saktpole memberikan rating bintang satu.

Tabel 1. Realisasi Pendapatan Daerah Tahun Anggaran 2021 s.d. 2023

Tahun	Total Penerimaan PKB	Samsat	Persentase	New Sakpole	Persentase
2021	4.758.837.286.600	4.693.057.067.600	98,62%	65.780.219.000	1,38%
2022	5.432.537.592.000	5.380.145.648.825	99,04%	52.391.943.175	0,96%
2023	4.469.381.946.175	4.430.075.639.150	99,12%	39.306.307.025	0,88%

Sumber: Data diakses dari <http://pad-dppad.jatengprov.go.id:8080/jateng1/> dan diolah 31 Oktober 2023

Informasi realisasi pendapatan PKB dari tahun 2021 sampai 2023 membuktikan kalau atensi harus pajak dalam memakai aplikasi New Sakpole buat melunasi PKB sedang kecil. Evaluasi aplikasi New Sakpole di Play Store yang kurang baik membuktikan kalau warga kurang puas dalam memakai aplikasi ini. Kedua perihal itu mengakibatkan periset buat melaksanakan riset kepada aplikasi New Sakpole.

Tidak hanya kasus itu, ada kasus research gap, yang bisa diamati dari riset terdahulu hal ikatan antara perceived ease of use, perceived usefulness, customer satisfaction, serta reuse intention. Dari Bagan 1. 2 membuktikan terdapatnya kejadian research gap ataupun hasil penemuan studi yang berbeda- beda.

Tabel 2. Research Gap

No	Issue	Peneliti	Hasil Penelitian
1	Ada perbedaan kesimpulan hasil penelitian antara pengaruh <i>perceived ease of use</i> terhadap <i>customer satisfaction</i>	Izzati & Firmanto (2021)	Tidak berpengaruh signifikan
		Kusumo & Rosyadi (2023)	Tidak berpengaruh signifikan
		Oktafiani, dkk. (2021)	Berpengaruh positif dan signifikan
		Kurniasih, dkk. (2021)	Berpengaruh positif dan signifikan
2	Ada perbedaan kesimpulan hasil penelitian antara pengaruh <i>perceived usefulness</i> terhadap <i>customer satisfaction</i>	Hapsariningsih & Fitri (2023)	Berpengaruh positif
		Suryatenggara & Dahlan (2022)	Berpengaruh positif dan signifikan
		Maryanto & Kaihatu (2021)	Berpengaruh positif dan signifikan
		Primandari, dkk (2022)	Berpengaruh positif dan signifikan
3	Ada perbedaan kesimpulan hasil penelitian antara pengaruh <i>perceived ease of use</i> terhadap <i>reuse intention</i>	Silaen, dkk (2020)	Tidak berpengaruh signifikan
		Prabawa & Aminah (2023)	Berpengaruh positif dan signifikan
		Oroh & Rumokoy (2015)	Berpengaruh positif dan signifikan
		Pratama Putri (2021)	Tidak berpengaruh signifikan
		Wiwoho (2019)	Berpengaruh positif dan signifikan
		Shandy (2020)	Berpengaruh positif dan signifikan
		Humbani & Wiese (2019)	Tidak berpengaruh signifikan
		Arahita & Hutammimi (2015)	Berpengaruh positif dan signifikan

4	Ada perbedaan kesimpulan hasil penelitian antara pengaruh <i>perceived usefulness</i> terhadap <i>reuse intention</i>	Silaen, dkk. (2020)	Tidak berpengaruh signifikan
		Oroh & Rumokoy (2015)	Tidak berpengaruh signifikan
		Pratama Putri (2021)	Tidak berpengaruh signifikan
		Wiwoho (2019)	Berpengaruh positif dan signifikan
		Shandy (2020)	Tidak berpengaruh signifikan
		Humbani & Wiese (2019)	Tidak berpengaruh signifikan
5	Ada perbedaan kesimpulan hasil penelitian antara pengaruh <i>customer satisfaction</i> terhadap <i>reuse intention</i>	Arahita & Hutammimi (2015)	Tidak berpengaruh signifikan
		Zinedine, dkk. (2023)	Berpengaruh signifikan
		Kardinal, dkk. (2022)	Berpengaruh positif dan signifikan
		Chandra, dkk. (2022)	Berpengaruh positif dan signifikan
		Junanto & Samiono (2022)	Berpengaruh signifikan

Sumber: Penelitian terdahulu dari berbagai sumber

Penelitian tentang aplikasi New Sakpole sudah beberapa kali dilakukan seperti yang dilaksanakan oleh Anggara (2021), Wulandari (2022), Suseno (2022), Yesi Puji Astutik (2023), (Usmani & Rahman, 2020), (Djumain, 2020), dan (Savitri et al., 2022). Penelitian terdahulu banyak dilakukan seputar tema hubungan aplikasi New Sakpole dengan tingkat kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. Belum banyak penelitian yang membahas tentang kepuasan penggunaan aplikasi dan minat untuk menggunakan kembali New Sakpole. Adanya *research gap* ini menjadikan peneliti tertarik melakukan penelitian hubungan antara penggunaan aplikasi New Sakpole dengan kepuasan serta dorongan untuk menggunakan kembali aplikasi tersebut.

Menurut Kotler & Keller (2012), *reuse intention* ialah sesuatu situasi di mana kala pelanggan merasakan kepuasan ataupun kebahagiaan dikala memakai sesuatu produk atau pelayanan, perihal itu membolehkan pelanggan membeli ataupun memakai balik produk ataupun pelayanan yang ditawarkan. Hasrat keberlanjutan konsumen didetetapkan oleh kebahagiaan mereka dengan pemakaian Sistem Data(Sang) serta khasiat yang dialami dari pemakaian Sang yang berkepanjangan. Ryu et al. (2012) dalam penelitiannya melaporkan angka klien yang dialami memanglah determinan signifikansi besarnya klien, serta kebahagiaan klien merupakan prediktor penting hasrat sikap. Kebahagiaan jadi kedudukan yang amat berarti dalam pembelian sesuatu produk serta pelayanan yang dicoba oleh pelanggan.

Liu et al. (2008) mendefinisikan kalau *customer satisfaction* merupakan situasi di mana para klien gampang buat berbisnis ataupun melaksanakan pembelian online alhasil hendak tingkatkan hasrat pelanggan buat melaksanakan pembelian berikutnya memakai alat online. Kala khasiat dari sesuatu teknologi yang dialami pelanggan bertambah, hingga hasrat pelanggan buat ingin memakai teknologi itu hendak bertambah pula dengan cara penting (H. D. Wahyudi, 2011).

Perspektif pemakaian(*perceived usefulness*) ialah sesuatu frasa di mana seorang yakin kalau pengguna sesuatu sistem khusus hendak bisa menaikkan hasil kegiatan orang itu. Susilo (2016) mengemukakan kalau kemanfaatan teknologi data ialah akibat yang diharapkan

oleh konsumen teknologi data dalam melaksanakan kewajiban mereka. Susilo (2016) pula melaporkan kalau orang hendak memakai teknologi data bila orang itu mempunyai uraian hal khasiat ataupun khasiat (usefulness) yang bagus atas khasiatnya.

Perspektif kelapangan mengkonsumsi (perceived ease of use) bisa membetulkan klien bila teknologi data yang hendak diterapkan yakni sesuatu Hal yang gampang serta bukan ialah berat untuk mereka. Teknologi Data serta Komunikasi (TIK) yang tidak susah dipakai hendak setelah itu diterapkan oleh pabrik. Gelombang mengkonsumsi serta interaksi antara klien (user) dengan sistem pula sanggup memastikan kelapangan mengkonsumsi. Sistem yang lebih kerap dipakai memastikan bila sistem itu lebih diketahui, lebih gampang dioperasikan, serta lebih gampang dipakai oleh kliennya.

Riset ini mementingkan pada anggapan khasiat serta anggapan keringanan dalam memakai New Sakpole alhasil konsumen merasa puas yang pada kesimpulannya ingin memakai balik New Sakpole selaku alat pembayaran PKB. Berartinya riset ini dicoba merupakan buat mengenali akibat anggapan khasiat serta anggapan keringanan kepada atensi pemakaian balik New Sakpole dengan kebahagiaan konsumen selaku elastis intervening pada harus pajak alat transportasi bermotor.

2. Tinjauan Pustaka

Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) ialah sesuatu bentuk buat memperhitungkan serta menarangkan gimana konsumen teknologi menyambut serta memakai teknologi itu dalam profesinya. Bentuk ini dibesarkan oleh Davis (1989). Aturan metode ini yakni sesuatu aplikasi dan pengembangan dari Theory Reasoned Action (TRA) yang dispesialisasikan untuk memodelkan pemasukan konsumen (user acceptance) pada sistem informasi. Tujuan TAM antara lain yakni untuk menarangkan pandangan pembatas pemasukan teknologi berbasis informasi dengan metode general serta menarangkan kelakuan laris konsumen akhir (end-user) teknologi informasi dengan alterasi yang cukup besar serta populasi konsumen. Dengan metode sempurna sesuatu wujud yakni konsumen. Dan hendaknya suatu wujud yakni ditaksir, dibarengi dengan penjelasan, walhasil pengamat atau aktivis dapat mengidentifikasi mengapa sistem spesial dapat jadi tidak dapat didapat, walhasil memerlukan mengambil langkah koreksi dalam denah mengambil langkah emendasi, untuk menanganinya. Pada akhirnya, maksud dan tujuan TAM tidak lain ialah untuk sajikan dasar dalam denah mengidentifikasi dampak dari pandangan eksternal pada agama dalam, aksi, dan ambisi. TAM diformulasikan untuk mencapai tujuan ini melalui pengidentifikasian sebagian kecil fleksibel penting, yang didapat dari studi lebih dulu pada filosofi atau pandangan pembatas dari pemasukan teknologi, serta mengaplikasikan TRA berlaku seperti kerangka balik abstrak dalam memodelkan keakraban antara fleksibel.

3. Metode Penelitian

Jenis dan Sumber Data Penelitian

Tipe riset yang dipakai dalam riset ini merupakan riset kuantitatif. Riset ini beberapa besar memakai informasi pokok ialah informasi yang langsung didapat dari obyek riset. Pengumpulan informasi pada riset ini dicoba dengan memakai angket yang sudah direncanakan.

Variabel Penelitian

Terpaut dengan riset ini, elastis riset dibagi jadi 3 elastis ialah elastis leluasa, elastis terikat serta elastis intervening. Elastis leluasa yang dipakai dalam riset ini merupakan Perceived ease of use (PE) serta Perceived Usefulness (PU). Elastis terikat yang dipakai dalam

riset ini merupakan Reuse Intention New Sakpole(RI). Elastis intervening yang dipakai dalam riset ini merupakan Customer Satisfaction New Sakpole(CS).

Objek Penelitian

Pada penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah keinginan penggunaan kembali aplikasi New Sakpole sebagai metode pembayaran pajak kendaraan bermotor.

Populasi

Pada penelitian ini yang menjadi populasi penelitian adalah wajib pajak kendaraan bermotor yang pernah menggunakan aplikasi New Sakpole sebagai metode pembayaran PKB.

Sampel

Tata cara yang dipakai dalam pengumpulan ilustrasi ini merupakan purposive sampling. Pada riset ini, populasi yang didapat dalam dimensi besar serta tidak dikenal dengan cara tentu. Dalam riset ini Z_1 atau 2α yang didapat dari bagan penyaluran wajar merupakan sebesar 1,96 besarnya kekeliruan yang bisa diperoleh(E) sebesar 10% serta standar digresi(σ) yang dipakai merupakan 0,50 alhasil didapat kalkulasi selaku sebesar 96,04 setelah itu dibulatkan jadi 100 responden.

4. Hasil dan Pembahasan

Deskripsi Responden

Identitas responden mengindikasikan gambaran umum tentang responden yang digunakan sebagai sampel penelitian yang mewakili pengguna aplikasi New Sakpole. Identitas responden dalam penelitian ini berdasarkan jenis kelamin, usia, dan domisili responden.

Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin seseorang akan menentukan profil pengguna aplikasi New Sakpole. Sebagian besar pengguna aplikasi New Sakpole berjenis kelamin laki-laki sebanyak 64 orang (64%), sedangkan responden berjenis kelamin perempuan sebesar 36 orang (36%).

Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Klasifikasi umur bisa membuktikan kisaran umur konsumen aplikasi New Sakpole. beberapa besar responden konsumen aplikasi New Sakpole berumur 33. 3– 37. 6 tahun sebesar 42 responden(42%), responden berumur 20– 24. 4 tahun sebesar 8 responden(8%), responden berumur 24. 5– 28. 8 tahun sebesar 9 responden(9%), responden berumur 28. 9– 33. 2 tahun sebesar 11 responden(11%) responden berumur 37. 7– 42 tahun sebesar 18 responden(18%), responden berumur 42. 1– 46. 4 tahun sebesar 7 responden(7%) serta responden berumur 46. 5– 51 tahun sebesar 5 responden(5%). Perihal ini membawa alamat kalau aplikasi New Sakpole mempunyai bentuk serta metode pemakaian yang lebih gampang dimengerti untuk konsumen belia yang menghormati kenyamanan dalam berhubungan dengan teknologi.

Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili

Beberapa besar konsumen aplikasi New Sakpole merupakan warga yang beralamat di kota Semarang sebesar 70 orang(70%). Perihal ini diakibatkan sebab aplikasi New Sakpole ataupun Sistem Administrasi Alat transportasi Pajak Online merupakan aplikasi sah yang dikeluarkan Penguasa Provinsi(Pemprov) Jawa Tengah buat mempermudah pembayaran pajak alat transportasi yang berada di kota Semarang.

ini dibuktikan dengan memandang angka kebolehjadian sebesar 0,018$$; derajat signifikansi 5% ataupun 0,05 membuktikan Customer Satisfaction sanggup memediasi akibat Perceived usefulness kepada Reuse Intention. Perihal ini membawa alamat kalau terus menjadi bagus perceived usefulness untuk konsumen aplikasi hingga hendak menghasilkan kebahagiaan untuk konsumen aplikasi yang bertambah serta berakibat pula pada kenaikan Reuse Intention.

5. Penutup Kesimpulan

Bersumber pada hasil riset ini didapat beberpa hasil riset antara lain, penemuan riset membuktikan perceived ease of use pengaruhi dengan cara penting serta positif kepada customer satisfaction. Hasil studi yang lain menciptakan kalau perceived usefulness bisa pengaruhi dengan cara penting serta positif kepada customer satisfaction. Hasil penemuan studi menciptakan perceived ease of use mempengaruhi penting serta positif kepada reuse intention. Perceived usefulness mempengaruhi penting serta positif kepada reuse intention, maksudnya hasrat konsumsi balik(Reuse Intention) pula dipengaruhi oleh anggapan konsumen hendak khasiat yang diserahkan oleh aplikasi New Sakpole. Customer satisfaction mempengaruhi penting serta positif kepada reuse intention. Pada pengetesan dampak perantaraan awal ditemui customer satisfaction bisa jadi perantaraan akibat perceived ease of use kepada reuse intention. Pada pengetesan dampak perantaraan kedua ditemui customer satisfaction bisa berfungsi selaku perantaraan akibat perceived usefulness kepada reuse intention.

Daftar Pustaka

- Anggara, S. G. (2021). *Pemahaman Internet Memoderasi Pengaruh Sakpole terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor*.
- Chandra, S., Rizan, M., & Aditya, S. (2022). Pengaruh E-Service Quality dan Customer Experience Terhadap Repurchase Intention dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 3(3), 625–635.
- Davis, F. D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*.
- Djumain. (2020). *Pengaruh Samsat Keliling, E-Samsat Sakpole, dan Pengesahan STNK Online 5 Tahunan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor*.
- Hapsariningsih, D., & Fitri, R. (2023). *The Influence of Perceived usefulness on Customer loyalty Gen Z mediated by Customer Satisfaction on Fitur Shopee Food. Bistic*.
- Ikram, M. A., Zulkarnain, & Alwie, A. F. (2019). Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived of Usefulness, Customer Satisfaction & Trust Terhadap Repurchase Intention (Studi Kasus Pada Pengguna Situs Lazada Di Pekanbaru). *Jurnal Tepak Manajemen*, 11(3), 599–618.
- Izzati, V. A., & Firmanto, Y. (2021). *Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Kesehatan Halodoc Melalui Model End User Computing Satisfaction Selama Masa Pandemi Covid-19*.
- Jin, Y., Osman, A., Nizam, S., & Rahim, A. (2016). Factors Influencing Online Shopping Behavior : The Mediating Role of Purchase Intention. *Procedia Economics and Finance*, 35(October 2015), 401–410. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)00050-2](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)00050-2)
- Junanto, R. D., & Samiono, B. E. (2022). Analisis Pengaruh Intention To Reuse Pada Jasa Hotel Kapsul Berbasis Digital. *Transformasi: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 1, 1–11.
- Kardinal, R., Irianto, H., & Widadie, F. (2022). Pengaruh Customer Experience dan Kepercayaan terhadap Repurchase Intention melalui Customer Satisfaction pada Aplikasi Tukang Sayur.co. *Agrista*, 10(3), 12–25.
- Kholifah, N., Azizeh, N., Denia, R., Romadhon, N. F., Kurniasih, V., & Suhud, U. (2021). *Niat Menggunakan Aplikasi TikTok: Faktor-faktor Dominan Apa yang Mempengaruhi? 2(1)*, 111–131.
- Kurniasih, I., Pibriana, D., Studi, P., & Informasi, S. (2021). *Pengaruh Kepuasan Pengguna Aplikasi Belanja Online Berbasis Mobile Menggunakan Metode EUCS*. 8(1).
- Kusumo, M. H., & Rosyadi, I. (2023). *PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE , PERCEIVED USEFULNESS DAN*.

16(1), 50–67.

- Liu, X., He, M., Gao, F., & Xie, P. (2008). An Empirical Study of Online Shopping Customer Satisfaction in China: A Holistic Perspective", *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. 36 Issue: 11, pp.919-940. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 36(11), 919–940.
- Maryanto, R. H., & Kaihatu, T. S. (2021). Customer Loyalty as an Impact of Perceived Usefulness to Grab Users, Mediated by Customer Satisfaction and Moderated by Perceived Ease of Use. *Binus Business Review*, 12, 31–39. <https://doi.org/10.21512/bbr.v12i1.6293>
- Oktafiani, H., Yohana, C., & Saidani, B. (2021). Pengaruh Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness terhadap Customer Satisfaction E-Wallet X. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 2(2), 562–576.
- Philip, K., & Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Ryu, K., Lee, H.-R., & Kim, W. G. (2012). A model of a patron's innovativeness formation toward a chain restaurant brand. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 24(2), 175–199. <https://doi.org/10.1108/09596111211206141>
- Saqib, A. R., & Puspangrum, A. (2019). DIMEDIASI OLEH TRUST (Studi pada Pengguna Aplikasi OVO di Kediri Town Square). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 7(2), 1–18.
- Savitri, F. M., Hartono, S. B., Suryorini, A., & Alfirdaus, N. N. (2022). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Sakpole dan Pengetahuan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. 1(8), 811–824.
- Suryatenggara, G. M., & Dahlan, K. S. S. (2022). The Effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and Perceived Price on Customer Loyalty in Gojek Through Customer Satisfaction (Study on Gojek Apps Users in Jabodetabek). *Journal of Business & Applied Management*, 15(2), 171. <https://doi.org/10.30813/jbam.v15i2.3866>
- Suseno, Y. A. (2022). Pengaruh Sistem Administrasi Kendaraan Pajak Online (SAKPOLE), Sosialisasi Perpajakan, Pembebasan Bea Balik Nama, dan Pembebasan Sanksi Administratif Pajak Terhadap Pemenuhan Kewajiban Pajak Kendaraan Bermotor (Studi Pada Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Ka.
- Susilo, A. D. (2016). PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI DAN PENGARUH PENGGUNAAN TEKNOLOGI INFORMASI TERHADAP KINERJA INDIVIDUAL PADA SEKTOR PERBANKAN (Studi Kasus pada BRI Cabang Temanggung). 5(2), 1–10.
- TENGAH, B. P. P. D. P. J. (2023). TARGET DAN REALISASI PENDAPATAN DAERAH TAHUN ANGGARAN 2023.
- Usmani, L. F., & Rahman, A. Z. (2020). Survei Kualitas Layanan Aplikasi Sistem Administrasi Kendaraan Pajak Online (Sakpole) Jawa Tengah di Kota Semarang.
- Wahyudi, H. D. (2011). Analisis Sikap dan Niat Menggunakan Mini Laptop : Studi Pengembangan Model Penerimaan Teknologi. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 16(1), 44–52.
- Wahyudi, H. S., & Sukmasari, M. P. (2014). Artikel Teknologi dan Kehidupan Masyarakat. *Artikel Teknologi Dan Kehidupan Masyarakat*, 3(1), 13–24.
- Wulandari, T. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Sanksi Pajak, dan E-Samsat Sakpole Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor.
- Yesi Puji Astutik. (2023). Pengaruh Samsat Keliling, Aplikasi New Sakpole, dan Religiusitas terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor.
- Zinedine, J., Claudia, R., & Remiasa, M. (2023). Pengaruh Service Quality terhadap Customer Satisfaction dan Dampaknya terhadap Customer Loyalty ada Perusahaan Jasa. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 21(2), 116–133. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v5i2.112>