

ANALISIS *E-SERVICE QUALITY* PADA MYINDIHOME MOBILE APPLICATION (STUDI PADA PENGGUNA MYINDIHOME MOBILE APPLICATION DI KOTA BANDUNG TAHUN 2019)

E-SERVICE QUALITY ANALYSIS ON MYINDIHOME MOBILE APPLICATION (STUDY ON MOBILE APPLICATION USERS AT BANDUNG CITY IN2019)

Nur Amalina Fatikha Putri¹, Fanni Husnul Hanifa²

Prodi D3 Manajemen Pemasaran, Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom

¹amalina.nur20@gmail.com, ²fanni.husnul@tass.telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Seiring perkembangan teknologi menyebabkan semakin mudahnya dalam mengakses segala informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat. Perkembangan teknologi tidak hanya mengubah gaya hidup manusia dari generasi ke generasi, namun dapat juga merubah cara pandang dan cara berfikir. Pada penelitian ini menerapkan masalah berupa *E-Service Quality* pada Aplikasi MyIndihome (Studi Pada Pengguna Aplikasi MyIndihome di Kota Bandung Tahun 2019). Tujuan yang diambil pada penelitian ini yaitu untuk mengetahui penerapan *e-service quality* pada aplikasi MyIndihome. Adapun jenis dimensi *e-service quality* pada penelitian ini dengan menggunakan teori Zeithaml et al., dalam Tjiptono dan Chandra yaitu *efficiency, fulfillment, reliability, privacy, responsiveness, compentation, dan contact*. Jenis penelitian Kuantitatif dengan metode Deskriptif dengan mengambil sampel responden berjumlah 100 pengguna aplikasi MyIndihome dan teknik analisa data yang digunakan adalah metode *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)*. Hasil dari penelitian dengan metode *Customer Satisfaction Index (CSI)* memperoleh hasil sebesar 83,11% yang berarti sangat puas. Terdapat pernyataan yang perlu diperbaiki yaitu fitur layanan yang disediakan sudah memenuhi kebutuhan pengguna (P3), sistem keamanan aplikasi MyIndihome terjamin (P8), dan biaya aplikasi MyIndihome terjangkau(P13).

Kata Kunci: *E-Service Quality, Customer Satisfaction Index (CSI), Importance Performance Analysis (IPA)*

Abstract

Along with the development of technology, it makes it easier to access all the information needed by society. Technological developments not only change human lifestyles from generation to generation but can also change perspectives and ways of thinking. In this study applying the problem in the form of *E-Service Quality* in the MyIndihome Application (Study of Users of the MyIndihome Application in Bandung City in 2019). The purpose of this research is to find out the application of *e-service quality* in the MyIndihome Application. The types of *e-service quality* dimensions in this study using the theory of Zeithaml et al., In Tjiptono and Chandra, namely *efficiency, fulfillment, reliability, privacy, responsiveness, competence, and contact*. Type of Quantitative Research with Descriptive method by taking respondents sample totaling 100 users of the MyIndihome application and data analysis techniques used are the method of the *Customer Satisfaction Index (CSI)* and *Importance Performance Analysis (IPA)*. The result of a research with the *Customer Satisfaction Index (CSI)* method gained a 83.11% yield which means it is very satisfied. There is a statement that needs to be improved which is the service features provided already meet the needs of the user (P3), security system Application Secure MyIndihome (P8), and cost affordable MyIndihome application (P13).

Keywords: *E-Service Quality, Customer Satisfaction Index (CSI), Importance Performance Analysis (IPA)*

1. Pendahuluan

Seiring perkembangan teknologi menyebabkan semakin mudahnya dalam mengakses segala informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat. Perkembangan teknologi tidak hanya mengubah gaya hidup manusia dari generasi ke generasi, namun dapat juga merubah cara pandang dan cara berfikir. Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) setelah melakukan survei penetrasi dan perilaku pengguna internet di Indonesia, menyatakan bahwa jumlah pengguna internet pada tahun 2017 telah mencapai 143,26 juta jiwa atau setara dengan 54,68% dari total jumlah penduduk Indonesia. Jumlah tersebut menunjukkan kenaikan sebesar 10,56 juta jiwa dari hasil survei pada tahun 2016. Selain itu, dikatakan perangkat yang sering digunakan pengguna dalam mengakses internet adalah *smartphone*.

Perubahan gaya hidup digital di masyarakat saat ini tidak terlepas dari penggunaan *Mobile Application* seperti data yang dikutip oleh *digitalreport.wearesocial.com* bahwa populasi pengguna perangkat *mobile* angkanya lebih tinggi lagi yang mencapai 177,9 juta pengguna, dengan tingkat penetrasi mencapai 67% dan lagi dari pengguna perangkat *mobile* tercatat 120 juta merupakan pengguna aktif *mobile social*. Meningkatnya perkembangan teknologi, canggihnya teknologi serta beberapa kegiatan masyarakat menggunakan teknologi maka dimanfaatkan oleh beberapa perusahaan, menjadikan Telkom selalu melakukan inovasi-inovasi terbaru, salah satu inovasi yang diberikan Telkom untuk pelanggan setianya adalah menghadirkan aplikasi MyIndihome sebagai bentuk komitmen untuk memberikan kemudahan bagi pelanggannya.

Melalui aplikasi MyIndihome, pelanggan dapat menikmati berbagai layanan, seperti mengecek ketersediaan jaringan fiber *optic*, registrasi layanan IndiHome, *order tracking*, melaporkan keluhan, mengecek tagihan serta mendapatkan informasi-informasi lain yang berkaitan dengan layanan Telkom. Terlepas dari kemudahan dalam mengakses aplikasi MyIndihome, sebagai pelanggan akan selalu ingin diperhatikan sehingga segala kesalahan kecil sering terjadi. Seperti, keluhan-keluhan fitur aplikasi yang belum membuat para pelanggan merasa nyaman dengan menggunakannya. masih banyaknya keluhan-keluhan mengenai pelayanan yang diberikan melalui aplikasi MyIndihome dan mengingat pentingnya kualitas pelayanan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan IndiHome, maka Penulis ingin meneliti lebih lanjut mengenai *E-Service Quality* dari aplikasi MyIndihome dengan judul “Analisis *E-Service Quality* Pada MyIndihome *Mobile Application* (Studi Pada Pengguna MyIndihome *Mobile Application* di Kota Bandung Tahun2019)”.

2. DasarTeori

Menurut Kotler dan Keller (2016:27), bahwa “*Marketing management as the art and science of choosing target markets and getting, keeping, and growing, customers through creating, delivering, and communicating superior customer value.*” Artinya, seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan mendapatkan, menjaga, dan menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menyerahkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

Menurut Abdurrahman (2015:103) jasa adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain dan pada dasarnya tidak berwujud serta tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apapun.

Menurut Tjiptono (2017:157) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Parasuraman dan Malhotra dalam Perwira et al (2016) mengatakan bahwa kualitas layanan elektronik adalah pelayanan berbasis elektronik yang digunakan untuk memfasilitasi belanja, pembelian maupun pengiriman produk dan jasa secara efektif dan efisien.

Menurut Zeithaml et al., dalam Tjiptono dan Chandra (2016:176), bahwa terdapat 7 dimensi *E-Service Quality* yang secara ringkas dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. *Efficiency*

Merupakan kemampuan pelanggan untuk mengakses *website*, mencari produk atau jasa yang diinginkan, dan informasi yang berkaitan mengenai produk atau layanan tersebut, juga meninggalkan situs yang bersangkutan dengan *maintenance* minimal.

b. *Fulfillment*

Mencakup akurasi janji layanan, ketersediaan produk atau fitur dan layanan, juga pengiriman produk sesuai dengan waktu yang dijanjikan.

c. *Reliability*

Berkenaan dengan fungsionalitas teknis situs bersangkutan, khususnya sejauh mana situs tersebut tersedia dan berfungsi sebagaimana mestinya.

d. *Privacy*

Berupa jaminan bahwa data perilaku atau akun pribadi pengguna terjaga dan terlindungi informasi dan keamanannya.

e. *Responsiveness*

Merupakan penanganan efektif atas masalah konsumen. Layanan yang cepat dapat memberikan rasa yang lebih nyaman bagi konsumen dalam melakukan pembelian secara *online*.

f. *Compentation*

Meliputi pengembalian ulang, *reward* atau komisi, biaya pengiriman, biaya penanganan produk atau juga bisa biaya penanganan akun *user* dalam aplikasi, dan lain – lain.

g. *Contact*

Mencerminkan kebutuhan pengguna untuk bisa berbicara dengan staff layanan pelanggan secara *online* atau melalui telepon (bukan berkomunikasi dengan mesin).

Agar penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang jelas dan pembahasan tidak menyimpang dari pokok perumusan masalah, adapun batasan penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Pada penelitian ini objek penelitian dilakukan di perusahaan PT. Telkom Indonesia Regional Jawa Barat Divre III, dalam penelitian ini menggunakan variabel *e-service*, metode yang digunakan adalah analisis deskriptif dan teknik analisis data yang digunakan adalah metode *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan *Importance Perfomance Analysis (IPA)*.

3. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian Deskriptif. Menurut Sugiyono (2016:35) menyatakan bahwa penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri).

Adapun jenis metode penelitian yang digunakan Peneliti yaitu dengan metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016:7) menyatakan bahwa metode kuantitatif merupakan metode ilmiah karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit atau empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode ini menggunakan angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

Menurut Sugiyono (2017:80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh Peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Menurut Sugiyono (2017:81) menyatakan bahwa sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Menurut Sugiyono (2017:147) statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Menurut Jurnal Sastika (2017) menyebutkan bahwa *Customer Satisfaction Index (CSI)* merupakan metode yang dibutuhkan mengetahui tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan dengan memperhatikan tingkat kepentingan dari atribut-atribut jasa.

Menurut Lupiyoadi dalam Anggraeni (2016) menjelaskan bahwa dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis (IPA)*, perusahaan dapat mengetahui tingkat kepuasan konsumen serta hal-hal apa saja yang perlu diperbaiki dan dipertahankan atas pelayanan yang telah diberikan, sehingga dapat menjadi dasar untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

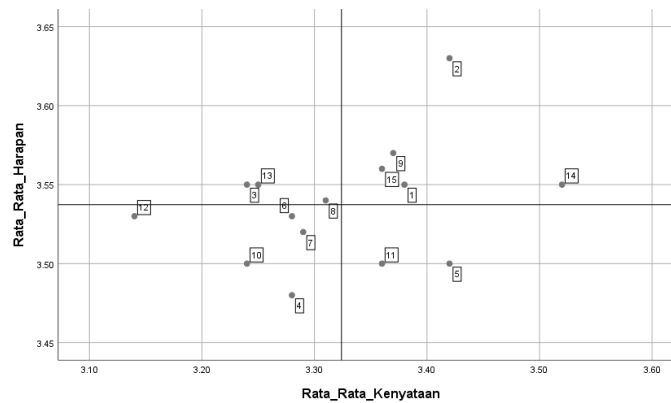
4. Pembahasan

4.1 *Customer Satisfaction Index (CSI)*

Hasil perhitungan rumus *Customer Satisfaction Index (CSI)* didapatkan hasil nilai sebesar **83,11%**. Nilai tersebut dikategorikan **sangat baik**, karena terletak pada rentang 82,255 – 100%. Maka dapat disimpulkan bahwa pengguna aplikasi MyIndihome sangat puas dalam menggunakan aplikasi MyIndihome.

4.2 *Importance Performance Analysis (IPA)*

Setiap rata-rata item diolah dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS 25 yang menghasilkan diagram karterius *Importance Performance Analysis (IPA)*. Pada diagram ini membagi setiap atribut kualitas pelayanan ke salah satu dari empat kuadran sebagai berikut :



Berdasarkan hasil diagram kartesius di atas dapat dilihat letak unsur-unsur atribut mana saja yang termasuk ke dalam kuadran I, II, III, dan IV, hasil tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kuadran I (PrioritasUtama)

Berikut atribut-atribut yang ada pada kuadran I, yaitu :

- a. Item 3 : Fitur layanan yang disediakan sudah memenuhi kebutuhan pengguna
- b. Item 8 : Sistem keamanan Aplikasi MyIndihome terjamin
- c. Item 13 : Biaya IndiHome terjangkau

Atribut yang berada pada kuadran I perlu mendapatkan prioritas utama untuk ditangani terlebih dahulu. Pada atribut yang berada di kuadran I ini dinilai sangat puas oleh pengguna aplikasi MyIndihome, tetapi pengguna masih kurang puas.

2. Kuadran II (Bertahan)

Berikut atribut-atribut yang ada pada kuadran II, yaitu :

- a. Item 1 : Aplikasi MyIndihome mudah diakses melalui *smartphone*
- b. Item 2 : Aplikasi MyIndihome memudahkan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan
- c. Item 9 : Informasi akun pribadi pengguna Aplikasi MyIndihome terjaga dan terlindungi
- d. Item 14 : Aplikasi MyIndihome menyediakan kontak yang dapat dihubungi, seperti *callcenter*
- e. Item 15 : Layanan pengaduan aplikasi MyIndihome direspon cepat

Atribut yang terletak pada kuadran II ini menunjukkan harus bisa dipertahankan karena telah berhasil dilaksanakan

3. Kuadran III (PrioritasRendah)

Berikut atribut-atribut yang terletak pada kuadran III, yaitu :

- a. Item 4 : Informasi mengenai layanan IndiHome selalu diperbarui sesuaikebutuhan
- b. Item 6 : Aplikasi MyIndihome memiliki menu fitur yang dapat memberikan solusi dari pengaduan konsumen
- c. Item 7 : Aplikasi MyIndihome dapat berfungsi dengan baik sebagaimanamestinya
- d. Item 10 : Aplikasi MyIndihome memberikan informasi apabila terjadi permasalahan atau sedang dalam perbaikan
- e. Item 12 : Aplikasi MyIndihome memberikan *reward* yang berguna

Atribut yang terletak pada kuadran III menunjukkan bahwa dinilai kurang penting pengaruhnya oleh konsumen dan kinerjanya kurang baik. Dalam kuadran ini perusahaan diharuskan untuk memperbaiki pelayanan yang baik dan memenuhi harapan konsumen.

4. Kuadran IV (Berlebihan)

Berikut atribut yang terletak pada kuadran IV, yaitu :

- a. Item 5 : Informasi pada Aplikasi MyIndihome sangat bermanfaat
- b. Item 11 : Aplikasi MyIndihome cepat dalam memberikan pelayanan apabila terjadi permasalahan mengenai gangguan internet

Atribut yang terletak pada kuadran IV menunjukkan bahwa item-item tidak terlalu penting bagi pelanggan, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Pada kuadran ini perusahaan harus mengurangi kinerja hingga pada tingkat standar.

5. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai Analisis *E-service Quality* Pada MyIndihome *Mobile Application* maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) diperoleh nilai sebesar **83,11%**, nilai tersebut dikategorikan **sangat baik**.
2. Berdasarkan hasil penelitian menggunakan *Importance Performance Analysis* (IPA) pada diagram kartesius terdapat Tiga atribut prioritas utama pada kuadran I, Lima atribut bertahankan prestasi pada kuadran II, Lima atribut dengan prioritas rendah pada kuadran III dan Dua atribut berlebihan pada kuadran IV yang harus diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan konsumen serta kualitas pelayanan Aplikasi MyIndihome sebagai berikut:
 - a. Kuadran I (PrioritasUtama)
 1. Item 3 : Fitur layanan yang disediakan sudah memenuhi kebutuhan pengguna.
 2. Item 8 : Sistem keamanan Aplikasi MyIndihome terjamin.
 3. Item 13 : Biaya IndiHome terjangkau.
 - b. Kuadran II (Bertahan)
 1. Item 1 : Aplikasi MyIndihome mudah diakses melalui *smartphone*.
 2. Item 2 : Aplikasi MyIndihome memudahkan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan.
 3. Item 9 : Informasi akun pribadi pengguna Aplikasi MyIndihome terjaga dan terlindungi.
 4. Item 14 : Aplikasi MyIndihome menyediakan kontak yang dapat dihubungi, seperti *callcenter*.
 5. Item 15 : Layanan pengaduan aplikasi MyIndihome direspon cepat.
 - c. Kuadran III (Prioritas Rendah)
 1. Item 4 : Informasi mengenai layanan IndiHome selalu diperbarui sesuai kebutuhan.
 2. Item 6 : Aplikasi MyIndihome memiliki menu fitur yang dapat memberikan solusi dari pengaduan konsumen.
 3. Item 7 : Aplikasi MyIndihome dapat berfungsi dengan baik sebagaimanamestinya.
 4. Item 10 : Aplikasi MyIndihome memberikan informasi apabila terjadi permasalahan atau sedang dalam perbaikan.
 5. Item 12 : Aplikasi MyIndihome memberikan *reward* yang berguna.
 - d. Kuadran IV (Berlebihan)
 1. Item 5 : Informasi pada Aplikasi MyIndihome sangat bermanfaat.
 2. Item 11 : Aplikasi MyIndihome cepat dalam memberikan pelayanan apabila terjadi permasalahan mengenai gangguan internet.
3. Atribut-atribut kualitas pelayanan yang menjadi prioritas utama untuk dilakukan perbaikan pada Aplikasi MyIndihome yaitu atribut yang masuk pada kuadran Utama (Kuadran I), meliputi atribut:
 - a. Item 3 : Fitur layanan yang disediakan sudah memenuhi kebutuhan pengguna.
 - b. Item 8 : Sistem keamanan Aplikasi MyIndihome terjamin.
 - c. Item 13 : Biaya IndiHome terjangkau.

Saran

Bagi Perusahaan

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka dapat diajukan saran untuk Aplikasi MyIndihome sebagai berikut :

1. Pada penelitian ini telah diketahui bahwa hasil dari diagram kartesius kuadran yang harus diperbaiki yaitu kuadran I, maka perusahaan harus bisa memperbaiki mengenai fitur layanan, sistem keamanan dan biaya produk. Adapun saran bagi perusahaan mengenai indikator tersebut antara lain:
 - a. Perusahaan harus membuat fitur-fitur layanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan mudah untuk di pahami oleh pengguna aplikasi.
 - b. Meningkatkan sistem keamanan aplikasi, seperti tidak memberitahu informasi pribadi pelanggan kepada pihak lain.
 - c. Selain meningkatkan fitur dan keamanan, perusahaan juga harus memperhatikan biaya produk IndiHome yang sesuai dengan memperhatikan keinginan pelanggan.
2. Perusahaan sebaiknya tetap memantau dari setiap atribut yang ada pada kuadran, ketika atribut sudah cukup baik maka perusahaan harus bisa mempertahankan posisi tersebut dan ketika pada posisi yang tidak baik maka perusahaan harus memikirkan, atau bahkan mengubah atribut tersebut agar membuat konsumen merasa puas.

Bagi Peneliti Selanjutnya

Adapun saran yang diajukan bagi Peneliti untuk melanjutkan penelitian selanjutnya, antara lain :

1. Penelitian selanjutnya dapat memperluas objek penelitian yaitu, penelitian dapat dilakukan di Kota lain dalam satu Provinsi atau bahkan seluruh Indonesia.
2. Memperluas pembahasan materi penelitian terkait kepuasan pelanggan menggunakan metode *Importance Performance analysis*(IPA).

Daftar Pustaka

- [1] Abdurrahman, N. H. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: C.V PUSTAKA SETIA.
- [2] Chandra, F. T. (2016). *Service, Quality & Satisfaction Edisi 4*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- [3] Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2016). *Marketing Management- 15/Essex,England: Pearson Education*.
- [4] Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis R&D*, Cetakan ke- 23, Bandung : Alfabeta.
- [5] Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung :Alfabeta.
- [6] Sunyoto, Danang. 2015. *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Jakarta: CAPS.
- [7] Sunyoto, Danang. (2015). *Strategi Pemasaran*. Jakarta: CAPS (*Center for Academic Publishing Service*).
- [8] Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.
- [9] Tjiptono, Fandy & Gregorius Chandra. (2016). *Service, Quality and Satisfaction*. Edisi 4, Yogyakarta: ANDI.
- [10] Hanifa, F. H., & Wulandari, A. (2018). E-SERVICE QUALITY PADA "LOVE YOUR BODY CLUB (LYBC) MOBILE APPLICATION". *JTIM-Jurnal Teknologi Informasi & Manajemen*, 1(01), 13-20.
- [11] Sastika, W. (2018). Analisis Kualitas Layanan dengan Menggunakan *E-service Quality* untuk Mengetahui Kepuasan Pelanggan Belanja Online Shoppe (Studi Kasus: Pelanggan Shoppee di Kota Bandung 2017). *IKRA ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial dan Humaniora*, 2(2), 69-74.
- [12] Sukmawati, R. A., & Sastika, W. (2018). *E-service Quality: Applications Bjb Digi On PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat Dan Banten (bjb)*, Tbk (*case Study Of Client Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat Dan Banten (bjb)*, Tbk Bandung Tahun 2018). *eProceedings of Applied Science*, 4(3).
- [13] Azhari (2018). "Analisis *E-Service Quality* pada Website SMB Telkom University (Studi Kasus Pada Calon Mahasiswa Baru Telkom University Tahun Akademik 2018/2019 yang Berasal Dari Jawa Barat)
- [14] Kurniawan (2014). " Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap Kepuasan Pengguna BRI *Mobile Application* Tahun 2014"
- [15] Hilmy (2018). "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan (Studi Kasus Aplikasi MyIndiHome di Bandung Tahun 2018)"
- [16] www.telkom.co.id (diakses pada 20 Maret 2019)
- [17] <https://dailysocial.id/post/apjii-survei-internet-indonesia-2017> (diakses pada 25 Maret 2019)
- [18] <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/02/19/171500926/hampir-90-persen-penggunaan-internet-di-indonesia-untuk-chatting-> (diakses pada 30 Maret 2019)
- [19] <https://media.neliti.com/media/publications/87336-ID-pengaruh-e-service-quality-dan-perceived.pdf> (diakses pada 30 Maret 2019)
- [20] <https://apjii-survei-internet-indonesia> (diakses pada 01 Juni 2019)
- [21] <https://kominfo.go.id> (diakses pada 10 Juni 2019)
- [22] <https://dailysocial.id> (diakses pada 10 Juni 2019)
- [23] <https://digitalreport.wearesocial.com> (diakses pada 10 Juni 2019)

