

PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN DAN KEMUDAHAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MAXIM DI KOTA PALEMBANG

Andini Putri Pratiwi¹, Maftuhah Nurrahmi², Mardiana Puspasari³

¹⁻³Manajemen, Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Palembang

Email: andiniiputri13@gmail.com, maftuhah_nurrahmi@um-palembang.ac.id,
mardianapuspasari165@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini untuk mengetahui kepuasan konsumen dan kemudahan terhadap loyalitas pelanggan Maxim di Kota Palembang. Jenis penelitian ini menggunakan asosiatif. Tempat penelitian dilakukan di Kota Palembang sebanyak 100 sampel. Data yang digunakan Data Primer. Metode pengumpulan data digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Linier Berganda, Uji F, Uji t dan koefisien determinasi. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dan kemudahan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Maxim di Kota Palembang.

Kata Kunci: Kepuasan Konsumen, Kemudahan, Loyalitas Pelanggan

Abstract

This study is to determine consumer satisfaction and convenience towards Maxim customer loyalty in Palembang City. This type of research uses associative. The research location was conducted in Palembang City with 100 samples. The data used is Primary Data. The data collection method used in this study is Multiple Linear Regression, F Test, t Test and coefficient of determination. The results of the study indicate that consumer satisfaction and convenience have a positive and significant influence on Maxim customer loyalty in Palembang City.

Keywords: Customer Satisfaction, Convenience, Customer Loyalty

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat telah mengubah cara masyarakat dalam berinteraksi dan bertransaksi, termasuk dalam sektor transportasi. Di era digital saat ini, mobilitas masyarakat yang tinggi mendorong munculnya berbagai layanan transportasi berbasis aplikasi, yang lebih praktis dan efisien. Salah satu bentuk pemanfaatan teknologi ini adalah transportasi daring (online), yang tidak hanya menawarkan kenyamanan dan kecepatan, tetapi juga efisiensi waktu dan biaya.

Maxim merupakan salah satu perusahaan penyedia layanan transportasi daring yang hadir di Indonesia sejak tahun 2018. Sebagai pendatang baru, Maxim menghadapi tantangan besar dalam membangun loyalitas pelanggan, terutama di tengah persaingan ketat dengan layanan serupa seperti Gojek dan Grab. Untuk dapat bertahan dan bersaing, Maxim dituntut untuk terus meningkatkan kualitas layanan, khususnya dalam hal kepuasan konsumen dan kemudahan penggunaan aplikasi.

PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN DAN KEMUDAHAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MAXIM DI KOTA PALEMBANG

Andini Putri Pratiwi¹, Maftuhah Nurrahmi², Mardiana Puspasari³

Kepuasan konsumen menjadi faktor penting karena pelanggan yang puas cenderung akan menggunakan kembali layanan tersebut dan bahkan merekomendasikannya kepada orang lain. Sementara itu, kemudahan dalam penggunaan aplikasi juga memengaruhi kenyamanan dan persepsi pelanggan terhadap layanan yang ditawarkan. Aplikasi yang mudah diakses, dipahami, dan digunakan akan memberikan pengalaman positif yang berdampak pada loyalitas pelanggan.

Namun demikian, berdasarkan hasil prariset terhadap masyarakat Kota Palembang, ditemukan bahwa masih terdapat keluhan terhadap layanan Maxim, seperti kerusakan aplikasi, kesulitan dalam pemesanan, serta informasi lokasi yang tidak akurat. Masalah-masalah ini menunjukkan bahwa terdapat aspek-aspek penting yang perlu diperbaiki oleh Maxim untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kepuasan Konsumen dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Pelanggan Maxim di Kota Palembang”.

KAJIAN PUSTAKA

Loyalitas Pelanggan

Menurut Kotler (2017:18) loyalitas pelanggan adalah suatu ukuran keterikatan pelanggan terhadap suatu produk yang terwujud pada keinginan untuk merekomendasikannya pada orang lain.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan

Menurut Swastha dalam Erawati (2020) terdapat lima faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan yaitu

1. Kepuasan (*Satisfaction*)
2. Ikatan Emosi (*Emotional bonding*)
3. Kepercayaan (*Trust*)
4. Kemudahan (*Choice reduction and habit*)
5. Pengalaman dengan perusahaan (*History with company*)

Indikator Loyalitas Pelanggan

Menurut Yola & Utama (2021) indikator loyalitas pelanggan dapat dijelaskan seperti dibawah ini:

- 1.) Melakukan pembelian ulang
Loyalnya pelanggan cenderung akan membeli berulang
- 2.) Merekomendasikan kepada orang lain
Loyalnya pelanggan akan melakukan rekomendasi produk/jasa pada orang terdekatnya untuk mencoba produk tersebut
- 3.) Tidak niat untuk berpaling
Pelanggan yang loyal cenderung setia
- 4.) Membicarakan hal-hal baik
Pelanggan yang loyal cenderung mengatakan hal yang baik terhadap produk/jasa yang disukainya

Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler dan Keller dalam Indrasari (2019:82-83) Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Menurut Indrasari (2019) Dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen, terdapat lima faktor mempengaruhi kepuasan konsumen yang harus diperhatikan yaitu:

- 1) Kualitas Produk
Konsumen akan puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas
- 2) Kualitas Pelayanan
Konsumen akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan
- 3) Emosional
Konsumen merasa puas ketika orang memuji dia karena menggunakan merek yang mahal.
- 4) Harga
Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi mendapatkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi.
- 5) Biaya
Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa.

Indikator Kepuasan Konsumen

Menurut David A. Garvin dalam Septia (2015) indikator indikator yang dapat mempengaruhi suatu kepuasan konsumen antara lain sebagai berikut :

- 1) Komunikasi
- 2) Kepercayaan
- 3) Keamanan
- 4) Memahami Konsumen

Kemudahan

Kemudahan Penggunaan Menurut Davis (2019:30), kemudahan penggunaan yaitu tingkat harapan atau ekspektasi dari pengguna terhadap usaha yang dikeluarkan untuk menggunakan sebuah system

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kemudahan

Ada beberapa faktor yang memengaruhi kemudahan sebagai berikut (Dwi, 2014):

- 1) Berfokus dengan teknologi itu sendiri
- 2) Dapat dikontrol
- 3) Fleksibel
- 4) Jelas dan mudah dipahami
- 5) Mudah digunakan

Indikator Kemudahan

Indikator dalam penelitian ini untuk mengukur persepsi kemudahan penggunaan, menurut Davis dalam (Mawardani & Dwijayanti, 2021). yakni:

- 1) Mudah dipelajari
seseorang akan cenderung lebih memilih suatu sistem yang tidak memerlukan usaha lebih etika mempelajarinya.
- 2) Dapat dikontrol
seseorang cenderung menyukai sistem pembayaran yang mudah dikontrol.
- 3) Fleksibel
seseorang menikmati teknologi yang kemudahan dalam mengakses kemudahan berinteraksi, dan kemudahan dalam instalasi.
- 4) Jelas dan mudah dipahami
apabila suatu system dipercaya memberikan layanan yang jelas dan mudah dimengerti, maka seseorang akan bersedia untuk menggunakannya.
- 5) Mudah digunakan
seseorang dalam memilih suatu sistem yang dianggap untuk mudah digunakan.

METODE PENELITIAN

Metode dalam penelitian ini menggunakan asosiatif, populasi dalam penelitian ini bersifat infinite yang dimana objek dari penelitian ini pelanggan maxim di Kota Palembang. Sampel sebanyak 100 orang dengan menggunakan rumus Cochran dengan metode pengumpulan sampel dengan purposive sampling. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang dikuantitatifkan. Data yang digunakan adalah data primer. Penelitian ini menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi linier berganda, uji F, uji t, dan koefisien determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil uji regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 4,982 + 0,211X_1 + 0,455X_2$$

Nilai konstanta sebesar 4,982 (positif) menunjukkan bahwa jika tidak ada variabel kepuasan konsumen dan kemudahan maka loyalitas pelanggan tetap positif.

Nilai koefisien variabel kepuasan konsumen sebesar 0,211 (positif) menunjukkan bahwa variabel kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan Maxim. Artinya jika terjadi peningkatan kepuasan konsumen maka loyalitas pelanggan Maxim akan meningkat, begitu pula sebaliknya jika kepuasan konsumen menurun maka loyalitas pelanggan Maxim juga akan menurun, dengan asumsi kemudahan tetap sama.

Nilai koefisien variabel kemudahan sebesar 0,455 (positif) menunjukkan bahwa variabel kemudahan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan Maxim. Artinya jika terjadi peningkatan kemudahan maka loyalitas pelanggan Maxim akan meningkat, begitu

pula sebaliknya jika variabel kemudahan menurun maka loyalitas pelanggan Maxim juga akan menurun, dengan asumsi kepuasan konsumen tetap sama.

Hasil analisis regresi linier berganda di atas menunjukkan bahwa variabel kepuasan konsumen dan kemudahan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan Maxim di Kota Palembang. Pengaruh kemudahan terhadap loyalitas pelanggan Maxim lebih besar daripada kepuasan konsumen, artinya variabel kemudahan merupakan variabel yang paling besar pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan Maxim.

Uji F (Simultan)

Menentukan nilai Ftabel dengan tingkat keyakinan 90% dan tingkat (α) 10% = 0,1 dengan tingkat kebebasan (df) $v_1 = k - 1 = 3 - 1 = 2$, dan $v_2 = n - k = 100 - 3 = 97$. Jadi nilai Ftabel 2,36. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai Fhitung (64,344) > Ftabel (2,36), dengan tingkat signifikan sebesar $(0,000) < 0,1$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya ada pengaruh signifikan Kepuasan Konsumen dan Kemudahan terhadap Loyalitas Pelanggan Maxim di Kota Palembang.

Uji t (Parsial)

Nilai t_{tabel} dengan taraf nyata $\alpha = 10\%$, $t_{tabel} = t(\alpha/2)(n-k) = t(0,1/2)(100-3) = t(0,05)(97)$ adalah sebesar 1,660715 atau 1,660 dapat dijelaskan bahwa:

Berdasarkan hasil analisis data diperoleh nilai t_{hitung} variabel Kepuasan Konsumen sebesar $(2,543) > t_{tabel}(1,660)$ dengan nilai sig t sebesar $(0,013) < 0,1$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya variabel Kepuasan Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Maxim di Kota Palembang.

Berdasarkan hasil analisis data diperoleh nilai t_{hitung} variabel kemudahan sebesar $(6,541) > t_{tabel}(1,660)$ dengan nilai sig t sebesar $(0,000) < 0,1$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya variabel Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Maxim di Kota Palembang.

Koefisien Determinasi

Hasil menunjukkan nilai adjusted R square sebesar 0,561. Hal ini dapat diartikan bahwa hubungan antara variabel Kepuasan Konsumen dan Kenyamanan sebesar 56,1%, sedangkan sisanya sebesar 43,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini, seperti harga, promosi, kualitas layanan, atau faktor eksternal lainnya.

PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN DAN KEMUDAHAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MAXIM DI KOTA PALEMBANG

Andini Putri Pratiwi¹, Maftuhah Nurrahmi², Mardiana Puspasari³

PEMBAHASAN

Pengaruh Kepuasan Konsumen dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Pelanggan Maxim di Kota Palembang

Berdasarkan hasil analisis pengujian yang dilakukan diketahui adanya pengaruh signifikan Kepuasan Konsumen dan Kemudahan terhadap Loyalitas Pelanggan Maxim di Kota Palembang. Koefisien determinasi yang memperlihatkan sumbangan dari variabel Kepuasan Konsumen dan Kemudahan terhadap Loyalitas Pelanggan sebesar 56,1%.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Saribu et al (2024) dengan persamaan hasil penelitian Kepuasan Konsumen dan Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Maxim di Kota Palembang

Berdasarkan hasil analisis pengujian yang dilakukan diketahui adanya pengaruh signifikan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan Maxim di Kota Palembang.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Saribu et al (2024), hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Pengaruh Kemudahan Terhadap Loyalitas Pelanggan Maxim di Kota Palembang

Berdasarkan hasil analisis pengujian yang dilakukan, diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kenyamanan terhadap Loyalitas Pelanggan Maxim di Kota Palembang. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Saribu (2024), Ranti dan Angga (2022), Desi dan Lia (2022), Pitaloka dan Wati (2023), Nirawati (2020) yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kenyamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

KESIMPULAN

Terdapat pengaruh signifikan Kepuasan Konsumen, dan Kenyamanan terhadap Loyalitas Pelanggan Maksimal di Kota Palembang. Terdapat pengaruh signifikan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan Maksimal di Kota Palembang. Terdapat pengaruh signifikan Kenyamanan terhadap Loyalitas Pelanggan Maksimal di Kota Palembang.

SARAN

Maxim perlu memperhatikan kepuasan konsumen dan kemudahan penggunaan karena terbukti mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Maxim di Kota Palembang. Maxim perlu memperhatikan kepuasan konsumen dengan memberikan notifikasi jika ada perubahan kebijakan privasi, memastikan tindak lanjut yang cepat terhadap laporan masalah keamanan atau ketidaknyamanan yang dialami pengguna, menampilkan data pengemudi secara lengkap seperti rating pengalaman dan identitas fungsional, menyediakan fitur keluhan dan saran langsung di aplikasi sehingga pelanggan dapat memberikan masukan dengan mudah.

REFERENSI

- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. 4.
- Aswad, S., Realize, R., & Wangdra, R. (2019). pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Air Bersih Masyarakat Kampung Air BatamCenter. *Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam*), 79.
- Desi Wahyuningsih, L. N. (2022). (n.d.). Pengaruh Kemudahan dan Keamanan Terhadap Loyalitas Pelanggan E-Wallet Aplikasi Dana. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 7.
- Erawati, S. H. (2020). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Terhadap Penggunaan E-Commerce. *Erawati, S. H. (2020). N. Jurnal Ilmu Sosial, 3014–3315. Jurnal Ilmu Sosial, 304–315.*
- Ersaningtyas, A. P., Ety, D., & Susanti, D. (2019). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Resiko Dan Kualitas Informasi Terhadap Minat Menggunakan Rekening Bersama Shoppe (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur). *Jurnal Bisnis Indonesia, 10(02)*, 185–198.
- Fahrurrozi, M., & Mohzana. (2020). *Pengembangan Perangkat Pembelajaran: Tinjauan Teoretis dan Praktek* (Vol. 51, Issue 1).
- Fitria, & Siswanto. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi dan Penanganan Masalah Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada BMT Sidogiri Cabang Malang Kota). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah, 7(4)*, 1254–1268.
- Hardani, D. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Grup. 321.
- Has. (2021). Sistem berbasis pembelajaran mesin untuk mengelola efisiensi energi sektor publik sebagai pendekatan menuju kota pintar. *Jurnal Internasional Manajemen Informasi, 58*. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102074>
- Indrasari, M. (n.d.). Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan. 2019, 91–92.
- Junaedi, F. (2019). *Etika Komunikasi di Era Siber: Teori dan Praktik*. Depok: PT. RajaGrafindo Persada. 17–18.
- Mardizal, I., Utami, H. Y., & Amaluis, D. (2017). pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Golden Futsal Simpang Haru Padang. *Journal of Chemical Information and Modeling, 128–133.*
- Masnur, Jusriadi, E., & Muchran, M. (2023). Pengaruh Self Efficacy, Penguasaan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Pegawai Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia, 2(9)*, 1987–2000.
- Mawardani, F., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Promosi Cashback Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Dompot Digital Shopeepay Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), 9(3)*, 1455–1463.
- Nirawati, L., Safitri, B. A. D., & Ahmad, R. F. (2020). Pengaruh Kemudahan Transaksi dan Kepercayaan Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Gojek. *Jurnal Administrasi Bisnis, 2(9)*, 594–604. <https://jurnal.syntax-idea.co.id/index.php/syntax-idea/article/view/560/428>

PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN DAN KEMUDAHAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MAXIM DI KOTA PALEMBANG

Andini Putri Pratiwi¹, Maftuhah Nurrahmi², Mardiana Puspasari³

- Palandi, J. J., Mangantar, M., & Raintung, M. C. (2022). Pengaruh Kualitas Jasa, Kepercayaan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Pegadaian Di Manado. *Jurnal EMBA*, 10(4), 565–576. <https://www.pegadaian.co.id/>,
- Pitaloka, E. S. R., & Wati, K. M. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Penggunaan, dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pengguna Go Food (Studi pada Mahasiswa Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta). *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 557–567. <https://doi.org/10.57141/kompeten.v2i2.73>
- Pratiwi et, al. (2022). Pengaruh Likuiditas, Leverage dan Profitabilitas terhadap Financial Distress pada PT. Modern Internasional Tbk. *All Fields of Science Journal Liaison Academia and Sosity*, 2(3), 49–55. <https://doi.org/10.58939/afosj-las.v2i3.334>
- Ranti Putri Pratiwi, Angga Putri Ekanova, O. P. N. (2022). *Pengaruh promosi dan kemudahan penggunaan terhadap loyalitas pelanggan pada layanan shopeefood di jakarta*. 1(2), 18–28.
- Rifa'i, K. (2019). *Membangun Loyalitas Pelanggan*, Pustaka Ilmu Group Yogyakarta, Yogyakarta.
- Robinhot Gultom & Siti Normi. (2020). Analisis Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Taksi Berbasis Aplikasi Online Untuk Meningkatkan Loyalitas Pengguna (Studi Pada Gojek, Dan Grab Di Kota Medan). *Jurnal Ilmu Manajemen METHONOMIX*, 3(Maret 2020 – Agustus 2020), 1–10.
- Saribu, A. L. N. D., Dimas, Sabrina, H., Syahrial, H., & Hasman, H. C. P. (2024). the Influence of Satisfaction, Trust and Ease of Use on Customer Loyalty in the Shopee Marketplace in Medan Helvetia District. *Multidisciplinary Indonesian Center Journal (MICJO)*, 99–111.
- Septia, M. (2015). Pengaruh Strategi Pemasaran Syariah, Kepuasan Konsumen, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Naughti Hijab Store). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 1117–1127. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2562>
- Setyaningsih, E., Ismawan, E., & Hidayat, T. (2020). Analisa Tingkat Kepuasan Pelanggan Transportasi Online Maxim di Balikpapan. *J-Sim: Jurnal Sistem Informasi*. *J-Sim: Jurnal Sistem Informasi*, 3(1), 33–3.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. 127.
- Sulistiyowati & Pratama. (2022). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Risiko, Kepercayaan Dan Efisien Terhadap Minat E-Wallet Saat Covid-19. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 6, 1436–1441.
- Yola, E., & Utama, L. (2021). Pengaruh Kesadaran Merek, Nilai Produk Dan Keunikan Merek Terhadap Loyalitas Merek Uniqlo Di Batam. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(2), 353. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i2.11879>