



Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



Analisis Kepuasan Pelanggan Dan Kualitas Layanan Pengguna Online Transportasi Maxim

¹Cherry Dodo Wijaya ²Cecilia ³Jennifer Tuner

^{1,2,3}Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya, Indonesia

Email: Cherrydwijayaa@gmail.com¹

ABSTRACT

In this modern era, people have various activities and to fulfill these activities, people need transportation as a support tool or tool to carry out their activities. Currently, the average urban community already has a private vehicle which is very effective and efficient for moving from one place to another. Unfortunately, this growth is not balanced with the growth in available road area. Finally, a new problem was created, namely traffic jams. To overcome this, several business actors have launched an online-based public transportation company. The research methodology used is a quantitative descriptive method. The type of data used in this research is quantitative data, namely data obtained in the form of numbers. Data sources include primary data and secondary data. Primary data was obtained from the results of distributing questionnaires to respondents, secondary data was obtained from data and literature related to the problems discussed. The research population that will be used in this research is all students who use Maxim online transportation during the unknown period of 2023. The sampling technique used was Hairs with a total of 8 indicators so that the total sample was 80 samples. Customer satisfaction can still be categorized as low because not too many students use Maxim as a means of transportation. Apart from that, the services provided by Maxim as online transportation also do not meet the expectations of its users. The results of the research analysis show that customer satisfaction and service quality can influence the use of Maxim's online transportation services.

Keywords: Customer Satisfaction, Online Transportation, Service Quality



Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



ABSTRAK

Di era modern ini masyarakat mempunyai aktivitas yang beragam dan untuk memenuhi aktivitas tersebut masyarakat memerlukan adanya transportasi sebagai alat penunjang atau alat bantu dalam melaksanakan aktivitasnya. Saat ini, rata-rata masyarakat perkotaan sudah memiliki kendaraan pribadi yang sangat efektif dan efisien untuk memobilitas dari suatu tempat ke tempat lainnya. Sayangnya pertumbuhan tersebut tidak diseimbangi dengan pertumbuhan luas jalan yang tersedia. Akhirnya terciptalah masalah baru yaitu kemacetan. Untuk mengatasinya, maka beberapa pelaku usaha menghadirkan sebuah perusahaan transportasi umum yang berbasis online. Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yaitu data yang diperoleh dalam bentuk angka-angka. Sumber data berupa data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden, data sekunder diperoleh dari data dan literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang dibicarakan. Populasi penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa yang menggunakan transportasi online Maxim selama periode tahun 2023 yang tidak diketahui. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Hairs dengan jumlah 8 indikator sehingga jumlah sampel sebanyak 80 sampel. Kepuasan pelanggan terhadap masih dapat dikategorikan rendah karena belum terlalu banyak mahasiswa yang menggunakan Maxim sebagai sarana transportasinya. Selain itu layanan yang diberikan oleh Maxim selaku transportasi online juga belum sesuai dengan harapan dari penggunaanya. Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dan kualitas layanan dapat mempengaruhi penggunaan layanan transportasi online Maxim.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan, Kualitas Layanan, Transportasi Online

A. PENDAHULUAN

Di era modern ini masyarakat mempunyai aktivitas yang beragam dan untuk memenuhi aktivitas tersebut masyarakat memerlukan adanya transportasi sebagai alat penunjang atau alat bantu dalam melaksanakan aktivitasnya. Saat ini, rata-rata masyarakat perkotaan sudah memiliki kendaraan pribadi yang sangat efektif dan efisien untuk memobilitas dari suatu tempat ke tempat lainnya. Sayangnya pertumbuhan tersebut tidak diseimbangi dengan pertumbuhan luas jalan yang tersedia. Akhirnya terciptalah masalah baru yaitu kemacetan. Untuk mengatasinya, maka beberapa pelaku usaha menghadirkan sebuah perusahaan transportasi umum yang berbasis online dimana salah satunya adalah Maxim.

Maxim didirikan sejak tahun 2003 dengan menciptakan teknologi dalam hal pemesanan (*order*) jasa kendaraan untuk perjalanan, pengiriman barang dengan cepat, pembelian dan pengantaran, bantuan saat perjalanan, yang membuat layanan tersebut menjadi lebih modern, mudah, dan aman.



Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



Maxim merupakan perusahaan asal Rusia yang bermula dari sebuah layanan jasa transportasi taksi kecil di Kota Chardinsk yang terletak di pegunungan Ural. Perusahaan ini didirikan oleh para insinyur muda dari Kota Kurga, yang memiliki spesialisasi dalam bidang produksi teknologi dan proses yang dapat dilakukan secara otomatis.

Para pendiri bersama dengan pengemudi yang mereka undang, bekerja sebagai pengemudi taksi dengan menggunakan mobil mereka sendiri. Mereka ingin membuat pekerjaan dilakukan secara otomatis dengan order sebanyak mungkin dan menjadikan layanan ini sebagai pasar yang sangat besar yang ada di dunia. Dengan memperhitungkan fitur spesifik kota besar dan kota kecil, Maxim memberikan layanan terpadu kepada pengguna Maxim sehingga mereka dapat berinteraksi secara efektif satu sama lain. Pesan layanan dengan cara yang paling nyaman dan menyelesaikan pesanan dengan proses pencarian yang dioptimalkan, serta pengurangan waktu kosong dan waktu ideal. Maxim pertama kali beroperasi di Indonesia sejak bulan Juli tahun 2018 dibawah PT. Teknologi Perdana Indonesia. Saat pertama beroperasi Maxim hanya melakukan jenis layanan pemesanan angkutan dan motor melalui aplikasi mobileTaxsee Driver.

Selain Maxim, Indonesia juga memiliki banyak transportasi online yang banyak digunakan oleh masyarakat seperti Grab dan Gojek sehingga menyebabkan tingkat persaingan usaha transportasi online tersebut menjadi sangat kompetitif. Oleh sebab itu tidak mengherankan jika banyak transportasi online yang menawarkan berbagai fasilitas dan kemudahan agar penggunanya merasa puas dan memberikan layanan terbaik mereka agar pengguna ingin menggunakan jasa yang mereka tawarkan secara terus menerus. Berdasarkan pada observasi awal yang peneliti lakukan, masih terdapat banyak pengguna Maxim yang merasa tidak puas atau merasa kecewa saat menggunakan jasanya. Selain itu terdapat juga banyak pengguna yang menilai bahwa kualitas layanan yang diberikan tidak sesuai harapannya sehingga mencoba untuk beralih ke transportasi online lain yang dapat memberikan layanan sesuai dengan harapannya. Berikut ini beberapa contohnya:

Gambar 1. Review Pelanggan Pengguna Jasa Maxim





Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



Helloput Official



★★★★★ 8 Januari 2024

Ada apa dengan Maxim. Padahal saya pesan Maxim dan sudah dapat driver, tetapi dijalan saya kehilangan sinyal data posisi hp didalam tas kok tiba-tiba bisa order dengan sendirinya dengan penjemputan dan tujuan sama. Tolong diperbaiki agar tidak saling merugikan dan menjadi konflik dengan driver

22 orang merasa ulasan ini berguna

Apakah konten ini berguna bagi Anda?

Ya

Tidak



babang okta fighter



★★★☆☆ 8 Desember 2023

Pencarian alamat masih kurang efektif, banyak alamat yang sudah ada di google map tapi tidak ada di maxim, sudah sering pembaharuan tapi masih terkendala pencarian alamat sedangkan ini hal yang penting untuk customer menentukan posisi letak jemput nya

595 orang merasa ulasan ini berguna

Apakah konten ini berguna bagi Anda?

Ya

Tidak

Taxi booking service and delivery

11 Desember 2023

Halo. Mohon maaf atas ketidaknyamanannya. Saran dan masukan anda akan sangat berarti bagi perkembangan layanan kami. Terima kasih.



SapaAja



★★★★☆ 17 Desember 2023

Tolong diperbaiki sistem map nya, masa kalah sama indrive, indrive aja map-nya akurat, kalo Maxim Ketika alamat tujuan di ketik sekelas mall besar aja gak bisa ditemukan, harus secara manual. Makanya Customer enggan pake Maxim itu karena repot harus nyari nyari alamat tujuan. Percaya dah kalo map-nya diperbaiki bnyak customer yg pake Maxim. Kalo enggan juga map diperbaiki berarti

Sumber: Google Review, 2024

Penemuan awal tersebut juga didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Banggoi, et al (2023) mendapatkan bahwa pengemudi Maxim masih sering melakukan tindakan yang dinilai dapat menimbulkan kerugian bagi penumpang, baik itu kerugian yang secara nyata dialami oleh penumpang (kerugian materil), maupun kerugian secara immateril seperti kekecewaan, ketidaknyamanan hingga rugi waktu yang dirasakan penumpang.



Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



Seperti: pengemudi yang tidak menggunakan identitas maxim, perbedaan antara data pengendara pada aplikasi dengan pengendara yang datang menjemput, membatalkan orderan secara sepihak ketika mendapat titik penjemputan yang jauh, pengemudi yang melakukan penagihan ongkos yang tidak sesuai dengan aplikasi dan helm yang disediakan pengemudi kotor dan bau. Setiap keluhan dari pengguna akan membuat pengguna kurang puas atau bahkan tidak puas dengan aplikasi Maxim.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Kepuasan Pelanggan

Menurut Sudaryono (2016), kepuasan lebih banyak didefinisikan dari perspektif pengalaman konsumen setelah mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk atau jasa. Kepuasan adalah respon pemenuhan dari konsumen. Kepuasan merupakan hasil dari penilaian konsumen bahwa produk atau jasa pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan di mana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang.

Menurut Rinaldi dan Christine (2020), Dalam persaingan dewasa ini menuntut pihak perusahaan untuk terlibat langsung dalam memenuhi kebutuhan para pelanggannya yang merupakan tujuan utamanya. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan secara lebih baik, maka perlu dipahami pula sebab-sebab kepuasan.

Menurut Indahningwati (2019), kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil suatu produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen puas. Jika kinerja di atas atau melampaui harapan, konsumen amat puas atau senang.

Menurut Tjiptono dan Diana (2019), kepuasan konsumen merupakan konsep pokok dalam teori dan praktik pemasaran kontemporer. Kepuasan konsumen dipandang sebagai elemen utama yang menentukan keberhasilan sebuah organisasi pemasaran, baik organisasi bisnis maupun nirlaba. Pemenuhan kepuasan konsumen diyakini merupakan syarat guna mewujudkan tujuan organisasi.

Menurut Nuralam (2017), "Kepuasan konsumen (pelanggan) merupakan konsep utama baik dalam teori maupun dalam praktik pemasaran, serta menjadi tujuan sentral bagi seluruh aktivitas bisnis."

Menurut Firmansyah (2018), "Kepuasan pelanggan adalah pengukuran pelanggan atau pengguna produk perusahaan atau jasa sangat senang dengan produk-produk atau jasa yang diterima."



Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



Berdasarkan pada penjelasan dari para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen merupakan hasil perbandingan yang dirasakan antara kinerja produk dengan kesesuaian harapan yang diinginkan konsumen setelah melakukan pembelian, jika produk sesuai atau melampaui harapan konsumen, maka konsumen akan merasa puas dan sebaliknya, jika konsumen tidak sesuai dengan harapan, maka konsumen tidak merasa puas.

Proses Kepuasan Konsumen

Menurut Nurhayani dan Suryano (2019:12), paradigma baru merebut hati konsumen untuk memenangkan persaingan dibagi menjadi sepuluh prinsip kepuasan konsumen yaitu:

1. Mulailah dengan percaya akan pentingnya kepuasan konsumen.
2. Pilihlah konsumen dengan benar untuk membangun kepuasan konsumen.
3. Memahami harapan konsumen adalah kunci.
4. Carilah faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.
5. Faktor emosional adalah faktor penting yang mempengaruhi kepuasan konsumen.
6. Konsumen yang keluh adalah faktor penting yang mempengaruhi kepuasan konsumen.
7. Garansi adalah lompatan yang besar dalam kepuasan konsumen.
8. Dengarkan suara konsumen.
9. Peran karyawan sangat penting dalam memuaskan konsumen.
10. Kepemimpinan adalah teladan bagi kepuasan konsumen.

Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Menurut Tjiptono dan Diana (2019:155), beberapa faktor yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen yaitu:

1. **Sistem Keluhan dan Saran**
Setiap pemasar yang berorientasi pada konsumen wajib memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para konsumennya untuk menyampaikan saran, kritik, pendapat, gagasan, masukan dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang diletakkan ditempat-tempat strategis.
2. **Ghost/Mystery Shopping**
Salah satu metode untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan konsumen adalah dengan mempekerjakan beberapa *ghost shopper* untuk berperan sebagai pelanggan potensial perusahaan dan pesaing. Mereka diminta melaporkan berbagai temuan penting berdasarkan pengalamannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk maupun layanan perusahaan dibandingkan para pesaing.



Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



3. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan sedapat mungkin menghubungi para konsumen yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok, agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan/penyempurnaan selanjutnya.

4. Survei Kepuasan Konsumen

Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik langsung dari konsumen dan juga memberikan sinyal positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap mereka.

Indikator Kepuasan Konsumen

Menurut Tjiptono dan Diana (2019), terdapat kesamaan dalam mengukur kepuasan konsumen paling tidak ada 5 konsep dimensi inti mengenai objek pengukuran yaitu:

1. Kepuasan Konsumen Keseluruhan
2. Konfirmasi Ekspetasi
3. Niat Beli Ulang
4. Kesiediaan untuk Merekomendasi

Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono dan Chandra (2019), kualitas pelayanan adalah perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelanggan yang diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan.

Menurut Mutiawati, dkk (2019), Kualitas pelayanan adalah kemampuan pemberi layanan dalam melayani pengguna barang atau jasa tersebut. Menurut Santoso (2019:46), Kualitas pelayanan adalah bagaimana tanggapan pelanggan terhadap jasa yang di konsumsi atau dirasakannya.

Menurut Sudarso (2019), Kualitas pelayanan merupakan hasil perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual pelayanan dan juga salah satu elemen terpenting yang menjadi pertimbangan bagi pelanggan dalam melakukan pembelian suatu produk.

Menurut Ismainar (2019), Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian pelanggan terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan.



Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



Berdasarkan pada pendapat para ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan penawaran produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan dimana penilaian kualitasnya ditentukan pada saat terjadinya pemberian pelayanan publik tersebut.

Faktor – Faktor Yang Mendukung Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono dan Chandra (2019), ada beberapa kategori yang mendukung kualitas pelayanan diantaranya :

1. **Informasi**
Informasi yang dimaksud seperti jalan/arah menuju tempat produsen, jadwal penyampaian produk, harga dan instruksi cara menggunakan produk.
2. **Konsultasi**
Konsultasi yang dimaksud seperti pemberian saran, auditing, konseling pribadi dan konsultasi teknis.
3. **Order taking**
Meliputi aplikasi, jasa langganan, jasa berbasis kualifikasi, reservasi tempat duduk, meja dan ruangan.
4. **Hospitality**
Yang dimaksud seperti sambutan, makanan, toilet, perlengkapan kamar mandi, fasilitas menunggu, transportasi dan jasa keamanan.
5. **Caretaking**
Terdiri dari perhatian dan perlindungan atas barang milik pelanggan yang mereka bawa.
6. **Expectations**
Meliputi permintaan khusus sebelum penyampaian produk, menangani komplain, pujian, saran dan penyelesaian masalah.
7. **Billing**
Meliputi laporan rekening periodik, faktur untuk transaksi individual, laporan verbal mengenai jumlah rekening dan lainnya.
8. **Pembayaran**
Dalam bentuk pembayaran swalayan oleh pelanggan , pelanggan berinteraksi dengan personil perusahaan yang menerima pembayaran; pengurangan otomatis atas rekening pelanggan serta verifikasi.

Alternatif Kualitas Pelayanan

Menurut Amin (2016:169), upaya memenuhi kebutuhan pelanggan dengan cara memberikan berbagai alternatif sehingga pelanggan memperoleh kemudahan dalam mendapatkan barang atau jasa layanan yaitu terbagi menjadi beberapa hal sebagai berikut:



Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



1. Akses
Artinya: pelanggan mendapatkan kemudahan untuk memperoleh layanan terutama berkaitan dengan kedekatan lokasi dan cara mendapatkan jasa layanan.
2. Pilihan
Artinya: pihak penyedia layanan dapat memberikan berbagai alternatif pilihan baik menyangkut waktu, biaya maupun cara memperoleh layanan sehingga pelanggan dapat memilih alternatif yang sesuai dengan keinginannya.
3. Informasi
Artinya: pihak penyedia layanan selalu menyediakan informasi baik melalui media elektronik maupun media lainnya sehingga pelanggan memiliki kepastian mengenai cara dan kualifikasi produk layanan yang akan didapatkan.
4. Perbaikan
Artinya: pihak penyedia layanan selalu berupaya melakukan perbaikan baik menyangkut cara maupun produk layanan sehingga dalam jangka panjang dapat mengikat pemenuhan kebutuhan pelanggan.
5. Keterwakilan
Artinya: pihak penyedia layanan harus mampu menyediakan layanan menjangkau kebutuhan semua lapisan masyarakat sehingga melalui prinsip ini pelayanan dapat diberikan secara adil dan merata.

Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono dan Chandra (2019), indikator kualitas yang paling sering dijadikan acuan adalah:

1. Reliabilitas
2. Responsivitas
3. Jaminan
4. Empati

C. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk menggambarkan keadaan kompetensi atau fakta empiris. Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yaitu data yang diperoleh dalam bentuk angka-angka. Sumber data berupa data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden, data sekunder diperoleh dari data dan literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas.



Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



Penelitian ini dilakukan selama periode Januari 2024 dimana penelitian ini dilaksanakan di Kota Medan. Berdasarkan survei yang sudah dilakukan terdapat masalah mengenai kepuasan pelanggan dan kualitas layanan pengguna transportasi online Maxim di kota Medan.

Untuk mendapatkan data yang relevan dalam penelitian maka dilakukan dengan cara wawancara yang dibantu dengan instrumen penelitian yaitu kuesioner yang diberikan kepada responden, pengamatan langsung, serta studi kepustakaan. Teknik pengumpulan data melalui kuesioner dilakukan dengan mengajukan pertanyaan kepada pihak yang berhubungan dengan masalah yang diteliti (Nasution dan Rinaldi, 2021).

Untuk memperoleh data yang relevan dalam penelitian dilakukan dengan cara wawancara dibantu dengan instrumen penelitian yaitu kuesioner yang diberikan kepada responden, observasi langsung, dan studi literatur. Teknik pengumpulan data melalui angket dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan kepada pihak-pihak yang berkaitan dengan masalah yang diteliti (Nainggolan, et al. 2022).

Populasi penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa yang menggunakan transportasi online Maxim selama periode tahun 2023 yang tidak diketahui. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Hairs dengan jumlah 8 indikator sehingga jumlah sampel sebanyak 80 sampel.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut ini adalah hasil dan pembahasan yang didapatkan dari hasil penelitian “Analisis Kepuasan Pelanggan Dan Kualitas Layanan Pengguna Online Transportasi Maxim.” Jumlah responden yang bersedia berpartisipasi sebanyak 80 responden. Responden tersebut terkumpul secara acak dari konsumen yang bertemu secara langsung dengan peneliti. Berdasarkan pada hasil dari penelitian yang didapatkan, dapat dilihat ada 8 diagram hasil yang didapatkan dari penelitian ini dengan rumus peroleh persentasi:

$$\% = \frac{\text{Jumlah Responden Yang Memilih}}{\text{Jumlah Total Keseluruhan Responden}} \times 100$$



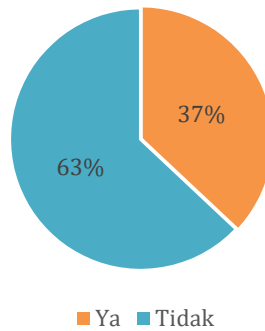
Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



Gambar 2. Grafik Berdasarkan Kepuasan Konsumen Keseluruhan

Apakah Anda merasa puas pasca penggunaan Maxim sebagai sarana transportasi online Anda?



Tabel 1. Kepuasan Konsumen Keseluruhan

Kepuasan Konsumen Keseluruhan	Persentase
Ya	37%
Tidak	63%
Total	100%

Sumber: Data Diolah, 2023

Berdasarkan pada tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah konsumen merasa puas pasca penggunaan Maxim sebanyak 37%, sedangkan konsumen yang merasa kurang puas pasca penggunaan Maxim sebanyak 63%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dominan responden merasa kurang puas pasca penggunaan Maxim sebagai sarana transportasi online.



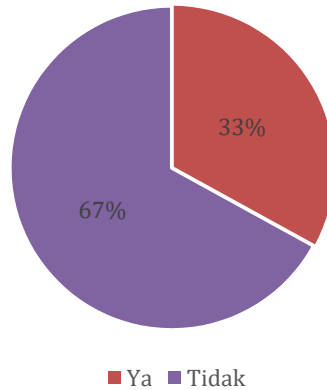
Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



Gambar 3. Grafik Berdasarkan Konfirmasi Ekspetasi

Apakah penawaran Maxim sesuai dengan ekspetasi atau harapan Anda saat menggunakannya?



Tabel 2. Konfirmasi Ekspetasi Pengguna

Konfirmasi Ekspetasi Pengguna	Persentase
Ya	33%
Tidak	67%
Total	100%

Sumber: Data Diolah, 2023

Berdasarkan pada tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah konsumen yang merasa penawaran Maxim sesuai dengan ekspetasi atau harapan saat menggunakannya sebanyak 33%, sedangkan konsumen yang merasa penawaran Maxim kurang sesuai dengan ekspetasi atau harapan saat menggunakannya sebanyak 67%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dominan responden merasa penawaran Maxim belum sesuai dengan ekspetasi atau harapan saat menggunakannya.



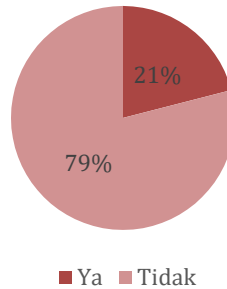
Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



Gambar 4. Grafik Berdasarkan Niat Beli Ulang

Apakah Anda berencana untuk membeli kebutuhan sehari-hari di Indomaret?



Tabel 3. Niat Beli Ulang

Niat Beli Ulang	Persentase
Ya	21%
Tidak	79%
Total	100%

Sumber: Data Diolah, 2023

Berdasarkan pada tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah konsumen yang memiliki keinginan untuk menggunakan Maxim kembali dalam waktu dekat sebagai sarana transportasi online sebanyak 21%, sedangkan konsumen belum memiliki keinginan untuk menggunakan Maxim kembali dalam waktu dekat sebagai sarana transportasi online sebanyak 79%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dominan responden masih belum memiliki keinginan untuk menggunakan Maxim kembali dalam waktu dekat sebagai sarana transportasi online.

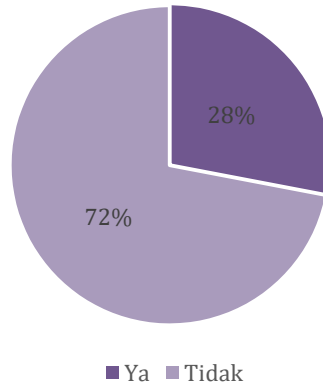


Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



Gambar 5. Grafik Berdasarkan Kesiediaan Merekomendasi
Apakah Anda bersedia untuk merekomendasikan Maxim kepada pengguna lainnya?



Tabel 4. Kesiediaan Merekomendasi

Kesiediaan Merekomendasi	Persentase
Ya	72%
Tidak	28%
Total	100%

Sumber: Data Diolah, 2023

Berdasarkan pada tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah konsumen yang bersedia untuk merekomendasikan Maxim kepada pengguna lainnya sebanyak 72%, sedangkan yang tidak bersedia untuk merekomendasikan Maxim kepada pengguna lainnya sebanyak 28%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dominan responden kurang bersedia untuk merekomendasikan Maxim kepada pengguna lainnya.



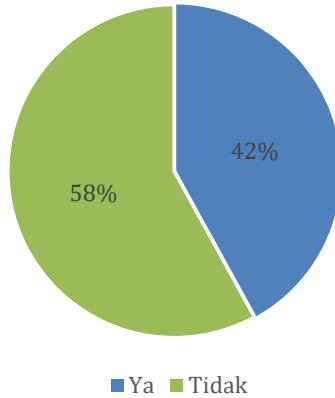
Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



Gambar 6. Grafik Berdasarkan Kehandalan Driver Maxim

Apakah driver Maxim dapat diandalkan dalam memberikan layanan yang baik?



Tabel 5. Kehandalan Driver Maxim

Kehandalan Driver	Persentase
Ya	42%
Tidak	58%
Total	100%

Sumber: Data Diolah, 2023

Berdasarkan pada tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah konsumen yang merasa bahwa driver Maxim dapat diandalkan dalam memberikan layanan yang baik sebanyak 42%, sedangkan yang merasa driver Maxim kurang dapat diandalkan dalam memberikan layanan yang baik sebanyak 58%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dominan responden merasa driver Maxim kurang dapat diandalkan dalam memberikan layanan yang baik.

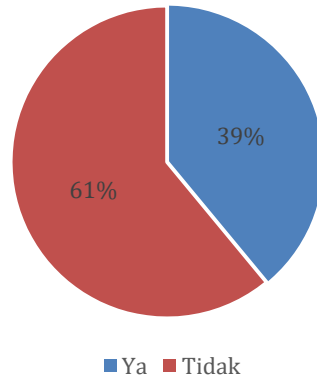


Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



Apakah driver Maxim dapat memberikan respon yang sesuai dengan harapan pengguna?



Gambar 7. Grafik Berdasarkan Responsivitas Driver Maxim

Tabel 6. Responsivitas Driver Maxim

Responsivitas Driver Maxim	Persentase
Ya	39%
Tidak	61%
Total	100%

Sumber: Data Diolah, 2023

Berdasarkan pada tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah konsumen yang merasa driver Maxim dapat memberikan respon yang sesuai dengan harapan pengguna sebanyak 39%, sedangkan yang merasa driver Maxim tidak dapat memberikan respon yang sesuai dengan harapan pengguna sebanyak 61%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dominan responden merasa driver Maxim belum dapat memberikan respon yang sesuai dengan harapan pengguna.



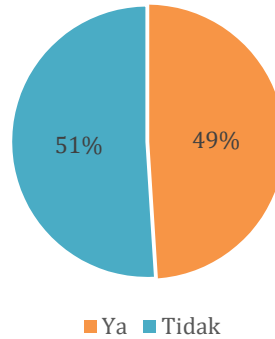
Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



Gambar 8. Grafik Berdasarkan Jaminan

Apakah driver Maxim selalu mengutamakan keamanan saat sedang mengantarkan penggunanya?



Tabel 7. Jaminan Keamanan

Jaminan Keamanan	Persentase
Ya	49%
Tidak	51%
Total	100%

Sumber: Data Diolah, 2023

Berdasarkan pada tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah konsumen yang merasa driver Maxim selalu mengutamakan keamanan saat sedang mengantarkan penggunanya sebanyak 49%, sedangkan yang merasa driver Maxim jarang mengutamakan keamanan saat sedang mengantarkan penggunanya sebanyak 51%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dominan responden merasa driver Maxim jarang mengutamakan keamanan saat sedang mengantarkan penggunanya.



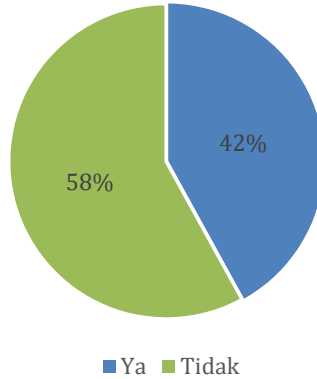
Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



Gambar 9. Grafik Berdasarkan Responsivitas Driver Maxim

Apakah driver Maxim selalu bersikap ramah dan sopan kepada penggunanya?



Tabel 8. Responsivitas Driver Maxim

Responsivitas Driver Maxim	Persentase
Ya	42%
Tidak	58%
Total	100%

Sumber: Data Diolah, 2023

Berdasarkan pada tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah konsumen merasa driver Maxim selalu bersikap ramah dan sopan kepada penggunanya sebanyak 42%, sedangkan yang merasa driver Maxim jarang bersikap ramah dan sopan kepada penggunanya sebanyak 58%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dominan responden merasa driver Maxim jarang bersikap ramah dan sopan kepada penggunanya.

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, peneliti mendapatkan beberapa pembahasan sebagai berikut ini:

1. Dominan responden merasa kurang puas pasca penggunaan Maxim sebagai sarana transportasi online.
2. Dominan responden merasa penawaran Maxim belum sesuai dengan ekspektasi atau harapan saat menggunakannya.
3. Dominan responden masih belum memiliki keinginan untuk menggunakan Maxim kembali dalam waktu dekat sebagai sarana transportasi online.
4. Dominan responden kurang bersedia untuk merekomendasikan Maxim kepada pengguna lainnya.



Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



5. Dominan responden merasa driver Maxim kurang dapat diandalkan dalam memberikan layanan yang baik.
6. Dominan responden merasa driver Maxim belum dapat memberikan respon yang sesuai dengan harapan pengguna.
7. Dominan responden merasa driver Maxim jarang mengutamakan keamanan saat sedang mengantarkan penggunanya.
8. Dominan responden merasa driver Maxim jarang bersikap ramah dan sopan kepada penggunanya.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, maka penulis merangkum beberapa kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan sangat mempengaruhi keputusan pengguna untuk memilih transportasi online yang akan digunakannya sebagai sarana transportasi untuk kegiatan sehari-harinya. Kualitas pelayanan yang baik dapat membuat pengguna merasa senang dan nyaman saat sedang menggunakan jasa yang ditawarkan serta juga membuat pengguna tersebut tetap setia, akan tetapi juga sebaliknya dimana jika layanan yang diberikan kurang baik, maka pengguna tersebut akan beralih ke transportasi online lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Djunaidi, F. G. (2020). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Minyak Kayu Putih Pada Ketel Walbarua di Desa Ubung*. Pasuruan: Qiara Media.
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Penerbit Deepublish Publisher Yogyakarta.
- Indahningwati, Asmara. (2019). *Jakad Media Publishing*. Jakad Media Publishing, Surabaya.
- Ismainar, Hetty. (2019). *Manajemen Unit Kerja*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Mutiawati, C., dkk. (2019). *Kinerja Pelayanan Angkutan Umum Jalan Raya*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Nainggolan, E., Muammar, R. Muhammad, B. D. dan Steven, J. (2022). *Analysis Of The Effect Of Personal Sales And Product Quality On Consumer Purchase Decisions*.
- Nasution, E. S., dan Muammar, R. (2021). *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Pada PT. Alfa Scorpii Medan*.
- Nuralam, I. P. (2017). *Etika Pemasar dan Kepuasan Konsumen Dalam Pemasaran Perbankan Syariah*. Malang: UB Press.
- Rinaldi, M., dan Christine. (2020). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP CUSTOMER SATISFICTION PADA PRODUK WALLPAPER (UD. ELEGANCE INTERIOR)*



Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



- Santoso, M. (2019). *Loyalitas Nasabah PDBANK PERKREDITANRAKYAT Wilayah Cirebon*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Sudarso, A. (2019). *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan (Dilengkapi Dengan Hasil Riset Pada Hotel Berbintang di Sumatera Utara)*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F., dan Chandra, G. (2019). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. & Diana, A. (2019). *Pemasaran Esensi dan Aplikasi*. Penerbit CV. Andi Offset, Yogyakarta.