

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN JASA TRANSPORTASI ONLINE MAXIM
DI KOTA PALEMBANG**



Skripsi Oleh :

M. EDWIN RUWANANDA

01011381924114

MANAJEMEN

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Meraih Gelar Sarjana Ekonomi

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS EKONOMI

2023

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN JASA TRANSPORTASI *ONLINE* MAXIM
DI KOTA PALEMBANG

Disusun Oleh:

Nama : M.Edwin Ruwananda

Nomor Induk Mahasiswa : 01011381924114

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui, untuk digunakan sebagai lanjutan Ujian Komprehensif.

Tanggal Persetujuan

Dosen Pembimbing

Tanggal 17 Juni 2023



Welly Nailis, S.E., M.M
NIP 197407102008011011

ASLI

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PALANGKA RAYA
17/23

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA TRANSPORTASI *ONLINE* MAXIM DI KOTA PALEMBANG

Disusun Oleh :

Nama : M. Edwin Ruwananda
NIM : 01011381924114
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 7 Juli 2023 dan sudah memenuhi syarat untuk diterima

Palembang, Juli 2023


Panitia Ujian Komprehensif

Pembimbing

Penguji



Welly Nailis, S.E, M.M
NIP : 197407102008011011



Dr. Aslamia Rosa, S.E., M.Si
NIP : 197205292006042001

Mengetahui

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. M. Ichsan Hadjri, S.T., M.M
NIP : 198907112018031001

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : M.Edwin Ruwananda

NIM : 01011381924114

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul :

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN JASA TRANSPORTASI *ONLINE* MAXIM DI KOTA
PALEMBANG

Pembimbing : Welly Nailis, S.E, M.M

Penguji : Dr. Aslamia Rosa, S.E., M.Si

Tanggal Ujian : 7 Juli 2023

Adalah benar hasil karya sendiri. Dalam skripsi ini tidak ada hasil kutipan karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya. Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan apabila pernyataan yang tidak benar di kemudian hari, saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar keserjanaaan.

Palembang, 13 Juli 2023



M. Edwin Ruwananda

NIM : 01011381924114

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Tidak ada yang terlambat dan tidak ada yang terlalu cepat, kamu di “Zona Waktumu.” New York 3 jam lebih awal dari California, tapi tidak berarti California lebih lambat, atau New York lebih cepat. Keduanya bekerja sesuai dengan “Zona Waktunya” masing-masing. Seseorang lulus kuliah dengan waktu 3,5 tahun tapi butuh waktu 3 tahun untuk mendapatkan pekerjaan, tetapi ada juga seseorang yang lulus dengan waktu 5 tahun namun langsung mendapatkan pekerjaan. Maka dari itu setiap orang bekerja sesuai dengan “Zona Waktunya” masing-masing. Seseorang bisa mendapatkan atau mencapai banyak hal dengan kecepatannya masing-masing bekerjalah dengan “Zona Waktumu.” Partner-mu atau teman-teman mu mungkin “tampak” lebih maju atau mungkin mereka “tampak” jauh di belakang mu, tetapi ingatlah setiap orang berlari di perlombaan nya sendiri. Kita sebagai manusia janganlah pernah iri ataupun mengejek mereka karena itu “Zona Waktu” mereka. Kamu pun di “Zona Waktumu” sendiri kamu tidak terlalu cepat ataupun terlalu lambat, melainkan di “Zona Waktu” yang tepat, maka dari itu teruslah maju dengan tetap kejar keberkahannya agar kamu sampai di muara kebahagiaan. Yang kamu perlukan sekarang adalah kamu hanya perlu bersungguh-sungguh dan sempurnakan setiap ikhtiar-mu dengan berdoa kepada sang pemilik kehidupan yaitu Allah Ta’ala.

- by : Rifqi Fauzi Ramadzhani -

Skripsi ini ku persembahkan untuk Allah SWT, Diriku, Keluargaku, Teman seperjuangan dan juga Almamaterku.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi *Online* Maxim Di Kota Palembang”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih gelar Sarjana Ekonomi program Strata Satu (S-1) Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi *Online* Maxim Di Kota Palembang dalam tugas akhir. Skripsi ini juga penulis harapkan dapat bermanfaat bagi penulis, pembaca dan pihak lain. Skripsi ini tentu saja tidak luput dari kesalahan dan kekurangan. Maka dari itu, penulis memohon maaf dan memohon kritik dan sarannya. Atas perhatiannya penulis ucapkan terimakasih.

Palembang, 17 Juli 2023



M.Edwin Ruwananda
NIM : 01011381924114

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan Karya Ilmiah ini dengan baik. Karya Ilmiah ini disusun untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan pendidikan program Strata – I Program Studi Manajemen Pada Fakultas Ekonomi di Universitas Sriwijaya. Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan Karya Ilmiah ini banyak mengalami kendala. Namun berkah dari Allah SWT dan bantuan dari berbagai pihak sehingga kendala-kendala yang dihadapi tersebut dapat diatasi.

Pada kesempatan yang berbahagia ini, tak lupa penulis menghaturkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan, arahan, nasehat, pemikiran dalam penulisan ini, serta memberikan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung. Dengan kerendahan hati dan rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat, ridho pertolongan dan karunia-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.;
2. Nabi Besar dan Agung Baginda Nabi Muhammad SAW junjungan dan teladan terbaik bagi seluruh umat manusia yang telah membimbing umat manusia dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang benderang. Tak lupa beserta keluarga, para sahabat, dan pengikutnya hingga akhir zaman;

3. Kedua orang tua saya yang saya cintai dan saya sayangi, Bapak Masirul, S.Sos, M.Si dan Ibu Komariah, S.Sos., M.Si, serta Kakak Laki-laki saya A. Fajri Mahendra Pratama. S.Kom, dan keluarga besar yang telah mendo'a kan dan memberi dukungan yang luar biasa dalam segi moral maupun materi kepadaku;
4. Yth. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaff, M.S.C.E selaku Rektor Universitas Sriwijaya;
5. Yth. Bapak Prof. Dr. Mohammad Adam, M.Si, selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya;
6. Yth. Bapak Dr. M. Ichsan Hadjri, S.T., M.M selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya;
7. Yth. Ibu Lina Dameria Siregar, S.E., M.M Selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Universitas Sriwijaya;
8. Yth. Bapak Welly Nailis, S.E., M.M selaku selaku dosen pembimbing skripsi yang sangat berperan penting dalam penulisan skripsi ini. Terima kasih banyak atas bantuan bapak, bimbingan bapak, serta ilmu yang telah bapak berikan untuk bekal saya kedepannya, kebaikan dan ketabahan bapak sangat berarti bagi saya;
9. Yth. Ibu Dr. Aslamia Rosa, S.E., M.Si selaku dosen penguji yang telah memberikan arahan, kritik dan saran kepada penulis dalam perbaikan skripsi ini dan selaku dosen pembimbing akademik (PA) yang telah memberikan saran, arahan, masukan dan kritik selama perkuliahan;

10. Yth. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya yang telah membagikan ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat kepada penulis selama masa perkuliahan;
11. Yth. Staff Tata Usaha, Staff Perpustakaan, dan Staff lainnya Universitas Sriwijaya atas segala bantuan yang telah diberikan selama penulis menempuh perkuliahan;
12. Sahabat – sahabat discord dan warnet dari “STEAM BROTHER” (Kholid, Jordi William A.K, M.Iqbal Kharisma, dan juga Sidiq Saputra) yang telah menemaniku selama masa perkuliahan ini dan mendengarkan semua cerita suka duka ku;
13. Sahabat baik ku dari semester 1 Kholilah Aprilianti yang selalu menemaniku selama masa perkuliahan ini terutama dalam mengerjakan tugas menugas, memberikan saran dan kritik selama perkuliahan dan juga selalu menjadi pendengar yang baik dengan mendengarkan semua cerita suka duka ku;
14. Sahabat baik ku Windi Meilani yang sudah menemaniku selama masa perkuliahan ini terutama dalam mengerjakan tugas menugas dan juga selalu mendengarkan semua cerita suka duka ku;
15. Sahabat baik ku Muhammad Raviv Fachri yang sudah banyak membantu penulisan dalam mengolah data pada penulisan skripsi ini;
16. Sahabat – sahabat seperjuangan Perkuliahan dari “Team Revisi” (Ami Anastasia, Dwi Nana, Rachmad Dwi, Inadra Odwika Audry, Marshanda, Maulana Yos AND, Dll);

17. Teman – teman Manajemen 2019 Universitas Sriwijaya khususnya angkata 2019, terimakasih untuk 4 tahun berharganya;
18. Semua pihak yang sudah membantu penulis dalam penulisan Skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu – persatu;
19. *Last but not least, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, I wanna thank me for always being a giver and tryna give more than I receive, I wanna thank me for tryna do more right than wrong, I wanna thank me for just being me me at all times*

Semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian semua yang telah membantu penulisan dalam menyusun skripsi ini. Semoga Skripsi ini berguna dan bermanfaat dengan baik bagi semua pihak. Sekali lagi penulis ucapkan terima kasih. Penulis juga meminta maaf atas kesalahan dan kekurangan pada Skripsi ini, kepada Allat SWT penulis memohon ampun, Aamiin Ya Rabbal’alamin.

Palembang, 17 Juli 2023



M.Edwin Ruwananda
NIM. 01011381924114

ASLIJURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI

17/23/17

ABSTRAK**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi*****Online Maxim Di Kota Palembang***

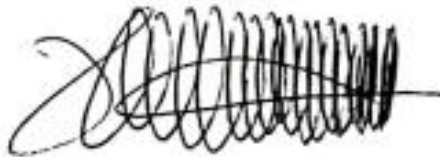
Oleh :

M.Edwin Ruwananda: Welly Nailis

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan jasa transportasi *online* di Kota Palembang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian kausal komparatif. Data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer dan sekunder. Teknik pengambilan sampel menggunakan Teknik purposive sampling. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden yang merupakan masyarakat yang tinggal di Kota Palembang. Berdasarkan uji t statistik yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa variabel keandalan dan bukti fisik secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Maxim ditunjukkan oleh signifikan $0,030 < 0,05$ pada variabel keandalan dan $0,000 < 0,05$ pada variabel bukti fisik. Berdasarkan uji t statistik yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa variabel daya tanggap, jaminan dan empati secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Maxim ditunjukkan oleh signifikan $0,668 > 0,05$ pada variabel daya tanggap, signifikan $0,443 > 0,05$ pada variabel jaminan dan signifikan $0,533 > 0,05$ pada variabel empati. Berdasarkan uji F simultan diperoleh nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati dan Bukti Fisik terhadap kepuasan pelanggan Maxim. Besaran pengaruh independen terhadap variabel dependen sebesar 35,7 % sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang diluar penelitian.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

Ketua Jurusan Manajemen

Dr. M. Ichsan Hadjri, S.T., M.M
NIP : 198907112018031001

Pembimbing

Welly Nailis, S.E, M.M
NIP : 197407102008011011

ABSTRACT

The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction of Online Transportation Service Maxim in Palembang

By:

M.Edwin Ruwananda: Welly Nailis

This study aims to determine the effect of Service Quality on Customer Satisfaction of online transportation services in Palembang City. The research method used is a quantitative method with a type of comparative causal research. The data used in the study are primary and secondary data. The sampling technique uses purposive sampling technique. This study used a sample of 100 respondents who were people living in Palembang City. Based on the statistical t test conducted, it can be concluded that the variables of reliability and tangible partially have a significant effect on Maxim customer satisfaction indicated by a significant $0.030 < 0.05$ on the reliability variable and $0.000 < 0.05$ on the tangible variable. Based on the statistical t test conducted, it can be concluded that the variables responsiveness, assurance and empathy partially do not have a significant effect on Maxim customer satisfaction indicated by significant $0.668 > 0.05$ on the variable responsiveness, significant $0.443 > 0.05$ on the variable guarantee and significant $0.533 > 0.05$ on the variable empathy. Based on the simultaneous F test obtained significant values of $0.000 < 0.05$, it can be concluded that Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy and Tangible to Maxim customer satisfaction. The amount of independent influence on the dependent variable was 35.7%, the rest was influenced by other variables outside the study.

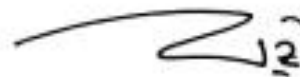
Keyword : Service Quality: Customer Satisfaction

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. M. Ichsan Hadjri, S.T., M.M
NIP : 198907112018031001

Pembimbing



Welly Nailis, S.E, M.M
NIP : 197407102008011011

SURAT PERNYATAAN ABSTRAK

Kami dosen pembimbing skripsi menyatakan bahwa Abstrak Skripsi dalam Bahasa Inggris dari mahasiswa dari mahasiswa :

Nama : M. Edwin Ruwananda
NIM : 01011381924114
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian/ Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi *Online* Maxim Di Kota Palembang**

Telah kami periksa penulisan, grammar, maupun susunan tennsis-nya dan kami setuju untuk ditempatkan di lembar asbtrak

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. M. Ichsan Hadjri, S.T., M.M
NIP. 198907112018031001

Pembimbing



Welly Nailis, S.E, M.M
NIP : 197407102008011011

RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama Mahasiswa : M. Edwin Ruwananda
NIM : 01011381924114
Jenis Kelamin : Laki-laki
Tempat/Tanggal Lahir : Palembang, 06 April 2001
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Alamat Domisili : Jalan Pucung III, No. 316, Kecamatan Sako,
Kelurahan Sialang, Palembang
Alamat E-mail : m.edwinrwnd13@gmail.com

PENDIDIKAN FORMAL

SD : SD Negeri 119 Palembang
SMP : SMP Negeri 04 Palembang
SMA : SMA Negeri 18 Palembang

DAFTAR ISI

COVER DALAM	i
LEMBAR PERSETUJUAN KOMPREHENSIF	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMAKASIH	vii
ABSTRAK	xi
ABSTACT	xii
SURAT PERNYATAAN ABSTRAK	xiii
RIWAYAT HIDUP	xiv
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR TABEL	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	14
1.3. Tujuan Penelitian	14
1.4. Manfaat Penelitian	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1. Landasan Teori	16
2.1.1. Transportasi	16
2.1.2. Jasa	19
2.1.3. Kualitas Pelayanan.....	22
2.1.4. Kepuasan Pelanggan	25
2.2. Penelitian Terdahulu	30
2.3. Kerangka Pemikiran	33

2.4.	Hipotesisi	34
BAB III METODE PENELITIAN		38
3.1.	Rancangan Penelitian	38
3.2.	Populasi dan Sampel	38
3.3.	Metode Pengumpulan Data	40
3.3.1.	Jenis Data	40
3.3.2.	Teknik Pengumpulan Data	41
3.4.	Definisi Variabel Operasional	42
3.4.1.	Variabel Independent (X).....	43
3.4.2.	Variabel Dependent (Y)	43
3.5.	Instrumen Penelitian	46
3.5.1.	Uji Instrumen.....	46
3.6.	Analisis Regresi Berganda	47
3.7.	Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik t)	48
3.8.	Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	49
3.9.	Uji Koefisien Determinasi (R²)	50
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN		51
4.1.	Gambaran Umum Perusahaan	51
4.1.1.	Profil Perusahaan	51
4.1.2.	Visi, Misi, Slogan dan Logo.....	52
4.2.	Hasil Penelitian	54
4.2.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
4.2.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	54
4.2.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	55
4.2.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
4.3.	Perilaku Responden	58
4.3.1.	Perilaku Responden Berdasarkan Keseringan Memanfaatkan Layanan Jasa Maxim-Bike	58

4.3.2.	Perilaku Responden Berdasarkan Darimana Mengetahui Layanan Jasa Maxim-Bike	59
4.3.3.	Perilaku Responden Berdasarkan Berapa lama Memanfaatkan Layanan Jasa Maxim-Bike	60
4.3.4.	Perilaku Responden Berdasarkan Kapan Terakhir Memanfaatkan Layanan Jasa Maxim-Bike	61
4.3.5.	Perilaku Responden Berdasarkan Pada Saat Kapan Memanfaatkan Layanan Jasa Maxim-Bike	62
4.4.	Frekuensi Variabel Penelitian	62
4.4.1.	Distribusi Frekuensi Variabel Keandalan (X1)	63
4.4.2.	Distribusi Frekuensi Variabel Daya Tanggap (X2)	66
4.4.3.	Distribusi Frekuensi Variabel Jaminan (X3).....	69
4.4.4.	Distribusi Frekuensi Variabel Empati (X4).....	72
4.4.5.	Distribusi Frekuensi Variabel Bukti Fisik (X5)	75
4.4.6.	Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	78
4.5.	Hasil Uji Data Instrumen Penelitian	82
4.5.1.	Uji Validitas.....	82
4.5.2.	Uji Reliabilitas	84
4.5.3.	Uji Normalitas	85
4.6.	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	86
4.6.1.	Analisis Hasil Uji Regresi Linie Berganda	86
4.7.	Hasil Uji Asumsi Klasik	89
4.7.1.	Hasil Uji Normalitas	89
4.7.2.	Hasil Uji Multikolinieritas.....	90
4.7.3.	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	91
4.8.	Pembahasan Uji Hipotesis	93
4.9.	Uji t (Parsial)	95
1.	Uji Hipotesis 1	96
2.	Uji Hipotesis 2	97

3.	Uji Hipotesis 3	97
4.	Uji Hipotesis 4	98
5.	Uji Hipotesis 5	98
4.10.	Uji F (Simultan)	99
6.	Uji Hipotesis 6	100
4.11.	Analisis Koefisien Determinasi (R²)	101
4.12.	Hasil dan Pembahasan Penelitian	102
4.12.1.	Pengaruh Signifikansi Parsial Keandalan Terhadap Kepuasan Pelanggan	102
4.12.2.	Pengaruh Signifikansi Parsial Daya Tanggap Terhadap Kepuasan Pelanggan	105
4.12.3.	Pengaruh Signifikansi Parsial Jaminan Terhadap Kepuasan Pelanggan	108
4.12.4.	Pengaruh Signifikansi Parsial Empati Terhadap Kepuasan Pelanggan	111
4.12.5.	Pengaruh Signifikansi Parsial Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Pelanggan	114
4.13.	Pembahasan Pengaruh Signifikan Secara Simultan	117
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		119
5.1.	Kesimpulan	119
5.2.	Saran	120
5.3.	Keterbatasan Penelitian	121
DAFTAR PUSTAKA		123
LAMPIRAN		127

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 - Hasil Survei Tingkat Penetrasi di Indonesia.....	2
Gambar 1. 2- Jasa Transpoertasi Online Paling Sering Digunakan.....	9
Gambar 1. 3- Jumlah Pertumbuhan Pengguna Maxim Dari 2018-2019	10
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian.....	34
Gambar 4. 1 P-Plot Uji Asumsi Normalitas.....	89
Gambar 4. 2 Scatter Plot Uji Heteroskedistisitas	92

DAFTAR TABEL

Tabel 1 1. Jumlah Kendaraan Bermotor Sesuai Jenis Periode 2018-2020	7
Tabel 2. 1. Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3. 1 Skala Likert.....	42
Tabel 3. 2 Definisi Variabel Operasional	43
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4. 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	55
Tabel 4. 3Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	56
Tabel 4. 4Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	57
Tabel 4. 5 Prilaku Responden Berdasarkan Keseringan Memanfaatkan Layanan Jasa Maxim-Bike	58
Tabel 4. 6 Perilaku Responden Berdasarkan Darimana Mengetahui Layanan Jasa Maxim-Bike	59
Tabel 4. 7 Perilaku Responden Berdasarkan Berapa lama Memanfaatkan Layanan Jasa Maxim-Bike.....	60
Tabel 4. 8 Perilaku Responden Berdasarkan Kapan Terakhir Memanfaatkan Layanan Jasa Maxim-Bike.....	61
Tabel 4. 9 Perilaku Responden Berdasarkan Pada Saat Kapan Memanfaatkan Layanan Jasa Maxim-Bike.....	62
Tabel 4. 10 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keandalan (X1)	63
Tabel 4. 11 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Daya Tanggap (X2).....	66

Tabel 4. 12 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Jaminan (X3)	69
Tabel 4. 13 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Empati (X4)	72
Tabel 4. 14 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Bukti Fisik (X5)	75
Tabel 4. 15 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	78
Tabel 4. 16 Uji Validitas	82
Tabel 4. 17 Uji Reliabilitas	84
Tabel 4. 18 Uji Normalitas	85
Tabel 4. 19 Hasil Regresi Linier Berganda	86
Tabel 4. 20 Hasil Uji Multikolinieritas	90
Tabel 4. 21 Hasil Uji Heteroskedastisitas	91
Tabel 4. 22 Hasil Analisis Uji t (Parsial)	95
Tabel 4. 23 Hasil Analisis Uji F (Simultan)	99
Tabel 4. 24 Hasil Analisis Koefisien Determinasi	101

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Di masa sekarang perkembangan teknologi informasi dan juga telekomunikasi di Indonesia saat ini sudah merambah ke seluruh kalangan mulai dari masyarakat umum, pemerintahan, sampai ke perusahaan. Oleh karena itu, situasi ini yang menjadi faktor pendorong untuk menciptakan persaingan untuk semua industri, terutama untuk perusahaan ekonomi. Perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi memberikan kemudahan dalam pengelolaan bisnis entitas ekonomi. Internet merupakan salah satu teknologi informasi dan telekomunikasi yang memenuhi kebutuhan tersebut.

Pertumbuhan internet saat ini sangatlah pesat terlebih lagi di Indonesia. Internet sangat berpengaruh dalam memberikan keringanan dalam bertukar informasi serta berkomunikasi satu sama lain tanpa terhalang jarak, ruang, dan juga waktu. Indonesia merupakan salah satu negara dengan populasi pengguna internet terbesar di dunia. Menurut informasi yang di dapatkan dari We Are Social, ada sekitar 204,7 juta pengguna internet di Indonesia per Januari 2022. Jumlah itu naik sebesar 1,03 persen jika dilihat dari tahun sebelumnya yaitu sekitar 202,6 juta. Jumlah pengguna internet yang ada di Indonesia terus meningkat dalam lima tahun terakhir (<https://databoks.katadata.co.id>).

Berdasarkan gambar 1.1 dibawah tingkat penetrasi internet yang ada di Indoneisa pada 2021-2022 sebesar 77,02 persen dan data survey yang telah dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada 2021-2022 jumlah penduduk Indonesia yang terkoneksi internet berjumlah 210.026.769 jiwa dari total populasi penduduk yang ada di Indonesia yaitu 270 juta lebih.



Gambar 1 - Hasil Survei Tingkat Penetrasi di Indonesia

Sumber: Data Survei APJII Tahun 2022 (<https://apjii.or.id/>)

Penjelasan grafik pada gambar 1.1 yang dilakukan oleh APJII terhadap pengguna *internet* dan tingkat penetrasi internet di Indonesia memiliki peluang yang sangat besar bagi internet. Berdasarkan grafik tersebut maka internet di Indonesia harus ditingkatkan dan dikelola menjadi sesuatu yang dapat

membuahkan. *Internet* bisa dimanfaatkan menjadi sebuah teknologi informasi sehingga *internet* tersebut bisa dikembangkan dalam dunia bisnis .

Dunia bisnis adalah dunia yang tidak akan pernah habis dalam perkembangannya dimana jika perkembangan yang terjadi cukup pesat maka bisnis itu juga akan mengalami perubahan sesuai perkembangan zaman. Dalam bisnis, internet menawarkan sebuah kesempatan untuk menjual produk sehari-hari secara langsung kepada konsumen di pasar konsumen atau kepada konsumen di pasar industri. Namun dengan adanya internet tidak selalu semuanya berjalan dengan baik bagi para pelaku bisnis, jika dilihat dari sisi lain, kehadiran *internet* saat ini akan menimbulkan rivalitas yang sangat ketat antar pelaku bisnis.

Internet sangat membantu dalam pengembangan bisnis di masa yang serba digital sekarang maka tak perlu terlalu terkejut jika segala sesuatu bisa dilakukan secara *online* dengan bantuan *internet* dan tak bisa dipungkiri, pengaruh internet pun semakin masif dari tahun ketahun. Maka dari itu jika pelaku bisnis ingin bisa bersaing pada era digital sekarang pelaku bisnis harus kreatifitas serta inovatif sehingga bisa mengikuti perkembangan tren yang ada.

Indonesia sekarang sedang berkembang salah satu bisnis *online* yaitu bisnis transportasi *online*. Adapun hal mendasar kenapa bisnis transportasi online ini berkembang cukup pesat di Indonesia adalah pertama karena faktor penetrasi pengguna internet yang ada di Indonesia semakin banyak. Kehadiran dari bisnis

transportasi *online* ini juga sangat membantu serta mempermudah dalam mobilitas sehari-hari masyarakat Indonesia.

Transportasi adalah kegiatan memindahkan atau mengangkut muatan (barang ataupun manusia) dari satu tempat ke tempat yang lain atau dari tempat asal ke tempat tujuan, menurut (Adji, 2011). Tujuan orang menggunakan alat transportasi adalah agar lebih cepat dan lebih mudah dalam perpindahan, baik orang atau barang dari tempat asal ke tempat tujuannya. Transportasi sendiri dibagi menjadi 3 yaitu transportasi darat, laut dan udara. Untuk transportasi darat ada mobil, sepeda motor, kereta api ataupun pedati. Untuk transportasi laut mulai dari kapal, feri ataupun sampan. Untuk transportasi udara pesawat dan juga helikopter.

Menurut masyarakat Indonesia transportasi merupakan salah satu hal yang cukup berpengaruh besar dalam mobilitasnya sehari-hari, sehingga banyak masyarakat yang semakin jeli dalam menentukan transportasi apa yang akan dipilih baik transportasi pribadi ataupun transportasi umum. Transportasi pribadi adalah transportasi yang digunakan untuk keperluan pribadi. Untuk transportasi umum adalah sebuah layanan angkutan penumpang yang biasanya mempunyai sistem perjalanan mulai dari di kelola sesuai jadwal, dioperasikan pada rute yang ditetapkan, serta dikenakan biaya untuk setiap perjalanannya.

Dengan pengguna transportasi yang semakin meningkat mengakibatkan arus lalu lintas menjadi padat dan juga sulit untuk dikendalikan. Oleh karena itu pemerintah mengeluarkan Undang – undang untuk mengatur hal tersebut baik

untuk transportasi umum ataupun transportasi pribadi. Peraturan tersebut adalah undang – undang nomor 22 tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan. Dalam Undang Undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan menjelaskan tentang transportasi tersebut serta prasarana yang diperuntukan bagi pindah kendaraan dan fasilitas pendukung lainnya.

Pengoperasian transportasi roda dua ataupun roda empat yang disebut ojek online atau taksi online ini sebagai transportasi umum ada beberapa pihak yang menilai cukup bertentangan dengan undang – undang nomor 22 tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan. Pertentangan atau pro kontra ini terjadi terhadap transportasi online karena kemudahan dalam menggunakan transportasi online ini sehingga mengakibatkan masyarakat lupa akan hal pentingnya perlindungan kepada konsumen. Pertanggung jawaban dari perusahaan transportasi online ini dinyatakan masih cukup lemah. Bentuk pertanggung jawaban yang di inginkan oleh konsumen ini berupa bagaimana perlindungan konsumen pada saat menggunakan jasa tersebut serta pertanggung jawaban pada saat terjadi kecelakaan.

Untuk menanggapi hal tersebut akhirnya pemerintah membuat peraturan untuk transportasi *online* pada tahun 2017, pemerintahan pusat mengeluarkan Peraturan Menteri Perhubungan RI PM 108 Tahun 2017 Tentang Penyelenggaraan Angkutan Orang Dengan Kendaraan Bermotor Umum Tidak Dalam Trayek. Untuk transportasi *online* sendiri lebih tepatnya di atur pada Bab IV Penyelenggaraan Angkutan Orang Dengan Kendaraan Bermotor Umum Tidak

Dalam Trayek Dengan Penggunaan Aplikasi Berbasis Teknologi Informasi pada Pasal 63 ayat 1 sampai 3.

Peraturan yang telah dibuat oleh Menteri Perhubungan ini hanya mengatur mengenai bagaimana cara penyelenggara untuk transportasi umum dan juga transportasi online di luar trayek saja. Untuk sanksi yang tercantum hanya sanksi administratif. Pelanggaran antara driver dan pengguna transportasi online hanya diberikan sanksi administratif sedang seperti yang tercantum pada pasal 74 ayat(4) huruf c. Sedangkan untuk pengaturan mengenai jaminan keselamatan serta perlindungan hukum terhadap pengguna transportasi *online* tersebut belum ada ataupun nyaris tidak ada sama sekali.

Maka dari itu pemerintah yaitu kementerian perhubungan diminta untuk segera mengeluarkan peraturan serta regulasi yang baru untuk transportasi *online* secara detail dan juga spesifik. Walaupun perlindungan untuk konsumen sudah cukup baik dan kejadian yang menimpa konsumen cukup jarang terjadi, tetapi masyarakat selaku pengguna transportasi online harus tetap waspada karena kejahatan dan juga kecelakaan bisa terjadi dimanapun dan juga kapanpun. Untuk sistem dan juga regulasi tentang pertanggungjawaban sebenarnya sudah ada pada setiap perusahaan transportasi *online*, tetapi perusahaan dan juga pemerintah harus tetap bekerjasama untuk melakukan penyuluhan dan juga sosialisasi mengenai syarat dan ketentuan tersebut jika terjadi sesuatu kepada konsumen dan juga *driver*.

Jenis transportasi yang ada di Indonesia bermacam – macam dan banyak dimiliki oleh masyarakat. Menurut badan pusat statistik perkembangan jumlah transportasi yang ada di Indonesia berkembang pesat di setiap tahunnya. Transportasi yang masih menjadi mayoritas jenis kendaraan terbanyak dari tahun 2018 sampai tahun 2020 sebanyak lebih dari 100 juta unit yaitu sepeda motor bisa dilihat seperti gambar berikut :

Tabel 1 1. Jumlah Kendaraan Bermotor Sesuai Jenis Periode 2018-2020

Sumber: www.bps.go.id

Jenis Kendaraan Bermotor	Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis (Unit)		
	2018	2019	2020
Mobil Penumpang	14 830 698	15 592 419	15 797 746
Mobil Bis	222 872	231 569	233 261
Mobil Barang	4 797 254	5 021 888	5 083 405
Sepeda motor	106 657 952	112 771 136	115 023 039
Jumlah	126 508 776	133 617 012	136 137 451

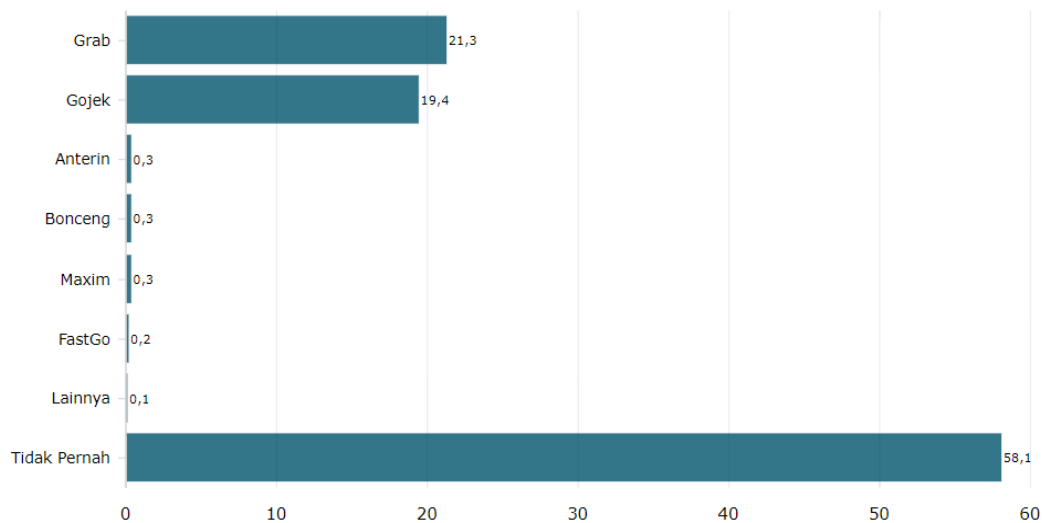
Dengan berkembangnya jumlah kendaraan serta semakin berkembangnya teknologi yang ada di Indonesia ada beberapa perusahaan memanfaatkan peluang tersebut di bidang transportasi. Padatnya jumlah kendaraan sepeda motor tersebut dialih fungsikan menjadi kendaraan sewa dan memberikan jasa ojek berbasis online. Dengan demikian dapat dilihat bahwa saat ini beberapa kota yang ada di Indonesia seperti di Kota Palembang banyak kita temui sepeda motor yang mengalihfungsikan kendaranya sebagai kendaraan umum contohnya seperti mengangkut orang dari satu titik ke titik lain sesuai tujuan penumpang serta memungut biaya yang sudah disepakati bersama.

Sebelum berbasis online seperti sekarang awalnya ojek di Indonesia memakai sistem pangkalan berasal dari salah satu wilayah biasanya seperti di tikungan, warung ataupun di gang dan untuk pengendara ojek dari wilayah lain tidak di perbolehkan untuk sembarangan “mangkal” ataupun mengambil penumpang di suatu wilayah lain tanpa izin dari pengendara ojek di wilayah setempat. Di Kota Palembang sendiri untuk menggunakan jasa ojek pelanggan harus menempuh jarak yang tidak menentu untuk menemukan ojek, selain itu pelanggan masih harus bernegosiasi dengan ojek mengenai biaya yang harus dibayar untuk sampai ke tempat tujuan sesuai keinginan pelanggan. Dengan berkembangnya teknologi saat ini terdapat aplikasi yang menawarkan layanan pemesanan ojek melalui sebuah aplikasi dan memiliki standar dalam pelayanan.

Saat ini sudah banyak penyedia layanan jasa ojek *online* seperti Gojek, Grab, Anterin, Maxim , Oke Jack, dan lainnya. Ojek *online* sendiri baru muncul di tahun 2015. Gojek adalah pionir dari sejarah berkembangnya transportasi online yang ada di Indonesia hingga sekarang. Gojek sebenarnya resmi diluncurkan pada pertengahan 2010 dengan hanya memiliki 20 driver dan juga 1 call senter , untuk aplikasinya sendiri resmi dirilis pada 2015 dan dalam rentang waktu satu tahun , Gojek berkembang dengan pesat dari sebuah aplikasi *mobile* baru menjadi sebuah layanan besar, mulai dari pelayanan dalam bidang pengantar makanan, pemesanan tiket, dll.

Dengan adanya layanan ojek *online* banyak digunakan oleh masyarakat Kota Palembang sebagai salah satu pilihan moda transportasi umum dikarenakan

harga nya yang sudah tetap jika dibandingkan dengan ojek pangkalan. Selain itu aplikasi transportasi online ini juga menawarkan kemudahan bagi konsumennya seperti dalam hal titik lokasi penjemputan dimana penumpang berada dan juga waktu tempuh dari satu lokasi ke lokasi relatif lebih cepat dari ojek pengkolan.



Gambar 2- Jasa Transportasi Online Paling Sering Digunakan

Sumber : Layanan Transportasi *Online* Paling Populer di Masyarakat(<https://databoks.katadata.co.id/>)

Berdasarkan gambar 1.2 tersebut menunjukkan hasil pengamatan yang dilakukan oleh APJII periode 2019-kuartal II/2020 menunjukkan Grab dan Gojek merupakan aplikasi transportasi online yang paling sering digunakan. Dilihat dari 21,3% responden memilih Grab untuk aplikasi transportasi *online* sehari-hari mereka dan 19,4% responden yang menggunakan Gojek. Berkisar 0,1% hingga 0,3% adalah responden yang memilih layanan aplikasi transportasi *online* lainnya. Sedangkan responden mengaku belum pernah menggunakan aplikasi transportasi online sebanyak 58,1%.

Perusahaan Maxim adalah salah satu perusahaan yang bergerak pada usaha layanan jasa transportasi *online*. Maxim sendiri adalah perusahaan layanan pemesanan taksi yang berbasis di Rusia, tepatnya di Chardnisk, Pegunungan Ural. Pada 2014 Maxim membuka cabang di luar Rusia dan pada tahun 2018 Maxim mulai membuka cabang di Indonesia dimana kantor pusatnya berada di Tebet, Jakarta Selatan.



Gambar 3- Jumlah Pertumbuhan Pengguna Maxim Dari 2018-2019

Sumber: id.taximaxim.com, 2020

Perusahaan Maxim meluncurkan aplikasi *mobile* yaitu Maxim *Customer* untuk Android dan iOS. Aplikasi Maxim ini bertujuan untuk menghubungkan antara penumpang dan pengemudi dari jarak yang jauh serta bisa menentukan lokasi yang mereka tuju. Pertumbuhan dari pengguna aplikasi Maxim berkembang cukup pesat dilihat dari 10.000 pengguna pada awal Maxim di

Indonesia yaitu pada akhir bulan 2018 kemudian meningkat menjadi 500.000 pada tahun 2019 dengan rata-rata pertumbuhannya sebanyak 160% tiap bulannya atau 31 kali lebih banyak selama setahun. Saat ini Maxim telah beroperasi di 77 kota yang ada di Indonesia, yaitu Jakarta, Palembang, Jambi, Medan, Yogyakarta, Purwokerto, dan lain sebagainya dikutip dari <https://www.ruangojol.com/2021/03/daftar-wilayah-operasional-maxim-terbaru.html> .

Berdasarkan 5 indikator kualitas pelayanan menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1985) yang dikutip oleh Kotler (2016) yaitu keandalan (*Reliability*), daya tangkap (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*), empati (*Empathy*), bukti fisik (*Tangibles*) tersebut sesuai dengan visi dan misi dari Maxim. Visi dari Maxim adalah memperbaiki struktur transportasi di Indonesia dengan cara memberikan kemudahan bagi masyarakat dan Misi dari Maxim adalah meningkatkan pelayanan jasa transportasi melalui peningkatan kualitas dan juga kuantitas sumber daya manusia.

Jasa dan layanan yang Maxim tawarkan tidak hanya sebagai transportasi online saja (*Maxim Bike* dan *Maxim Car*), tetapi masih banyak fitur layanan yang Maxim berikan seperti *Maxim Foods&Goods* berupa layanan pemesanan barang dan makanan, *Maxim Delivery* yaitu layanan pesan antar barang, dan masih banyak fitur layanan lainnya. Penggunaan aplikasi Maxim cukup memesan ojek melalui aplikasi mobile secara online kemudian akan di jemput oleh *driver* yang merespon pesanan dari pengguna. Penentuan tarif harga bervariasi

tergantung dari jarak yang ditempuh berdasarkan *flat rate* yang telah diberlakukan. Transaksi pembayaran dilakukan pada saat pengguna sampai ke tujuan.

Semakin banyaknya ojek *online* sekarang menyebabkan semakin ketatnya persaingan. Faktor yang menyebabkan terjadinya hal tersebut adalah karena adanya persaingan harga dan juga dan pilihan jasa ojek *online* lainnya. Banyaknya pilihan jasa ojek *online* dan juga harga yang berbeda-beda menyebabkan konsumen semakin selektif. Konsumen akan memilih ojek online sesuai dengan apa yang diinginkan, maka dari itu untuk mengantisipasi hal tersebut perusahaan ojek *online* khususnya Maxim Bike harus bisa menciptakan kepuasan pelanggan.

Maxim *Bike* memberikan keandalan dari segi harga yang lebih murah dari pada perusahaan pesaing dan Maxim *Bike* juga selalu mengupayakan untuk menyampaikan jasa sesuai dengan waktu yang dijanjikan pada aplikasi. Maxim *Bike* juga menjanjikan memberikan pelayanan yang cepat untuk pelanggan terlebih lagi jika pelanggan mencantumkan perincian pada fitur peninggi biaya awal yang berguna untuk menunjukkan orderan tersebut harus segera dilakukan. Maxim juga menyediakan data *driver* yang akan menjemput pelanggan dengan benar di aplikasi dan lokasi yang sesuai dan tepat.

Berdasarkan pra penelitian yang dilakukan, didapatkan informasi yang berbeda dengan keadaan yang sebenarnya. Dilihat dari beberapa tanggapan konsumen yang ada di kota Palembang bahwa pada kualitas pelayanan pada

Maxim *Bike* beberapa konsumen menyampaikan beberapa perbedaan kualitas pelayanan dimana susah nya dalam mendapatkan *driver* walaupun sudah mencantumkan peninggi biaya awal. Dari segi tarif harga Maxim *Bike* tidak berbeda jauh dari perusahaan transportasi *online* pesaing dan terkadang tarif harga Maxim *Bike* menjadi lebih tinggi dari perusahaan pesaing. Ada beberapa *driver* Maxim *Bike* yang terkadang tidak menggunakan dan melengkapi standar pakaian serta atribut dari Maxim, sehingga konsumen sering kesulitan untuk membedakan *driver* Maxim dengan perusahaan pesaing. Penilaian perbedaan kualitas pelayanan yang disampaikan oleh konsumen lainnya yaitu mengenai lokasi yang tidak akurat pada aplikasinya.

Terkait Kepuasan pelanggan Maxim *Bike* di Kota Palembang telah dilakukan pra penelitian terhadap beberapa orang pengguna transportasi online Maxim *Bike*, dimana pengguna menyatakan puas dan cukup puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Maxim *Bike*. Ada beberapa pengguna juga menyampaikan ketidak puasannya dalam menggunakan Maxim *Bike* , dimana pengguna menyampaikan ketidak puasannya adalah sulitnya dalam mencari driver Maxim *Bike* di jam-jam sibuk seperti di pagi hari dan pada saat sore hari, selanjutnya adalah terjadinya keterlambatan dalam penjemputan dimana hal ini terjadi karena titik lokasi dari penjemputan yang tidak akurat.

Maka dari itu kualitas pelayanan yang baik akan sangat mempengaruhi kepuasan dari pelanggan serta mempengaruhi ketetapan seorang pelanggan tentang jasa yang diberikan oleh perusahaan transportasi online Maxim *Bike*.

Berdasarkan pada penjelasan latar belakang tersebut maka diketahui bahwa kepuasan seorang pelanggan tentunya dipengaruhi dari faktor kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan untuk pelanggannya. Oleh sebab itu Peneliti tertarik untuk melakukan kajian lebih lanjut dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Maxim Di Kota Palembang”**.

1.2.Rumusan Masalah

Latar belakang diatas telah menjelaskan beberapa permasalahan yang terjadi sehingga Peneliti menyimpulkan bahwa “ Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi *online* Maxim di kota Palembang ”.

1.3.Tujuan Penelitian

Latar belakang diatas telah menjelaskan beberapa permasalahan yang telah terjadi maka peneliti ini untuk mengetahui Pengaruh dari Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi *Online* Maxim Di Kota Palembang”.

1.4. Manfaat Penelitian

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan juga sebagai sarana referensi terutama dalam bahan pertimbangan untuk ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan upaya meningkatkan kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adji, A. S. (2011). *Transportasi dan pengembangan wilayah*. Graha Ilmu.
- Afrilliana, N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Grab di Kota Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 1(2), 46–55. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v1i2.119>
- Agustina, Ellyawati, N., & Rahayu, V. P. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Buku Gramedia BIGMALL Samarinda. *Prosiding*. file:///D:/CHAVAH DOC/Downloads/Artikel Prosiding (Agustina 1705065056) Revisi.pdf
- Alvianna, S., Husnita, I., Hidyatullah, S., Lasarudin, A., & Estikowati. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Panderman Coffeee Shop di Masa Pandemi Covid-19. *Journal of Management : Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 18(2), 281–293. <https://doi.org/10.35508/jom.v14i2.4014>
- Bustam, syamsu, N., nurgajriani, Izmalinda, & Retno, T. (2017). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GRAB-BIKE (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stiem Bongaya Makassar). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 18(1), 9–16.
- Eldon, M., & S, J. P. A. (2021). Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Grabfood Di Kecamatan Tulungagung. *Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa GrabFood Di Kecamatan Tulungagung*, Vol. 8(1), 148–158.
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponogoro.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*.

Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Indrasari. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.

Irawan, H. (2003). *Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan Merek Pemenang*. PT. Alex Media Komputindo Kelompok Gramedia.

Jagomos C Jansela Situmorang, Fauzi Akbar Maulana Hutabarat, Wong Pong Lan, Ngajudin Nugroho, & Lisa. (2021). Kualitas Pelayanan Mitra Gojek Terhadap Kepuasan Pengguna Layanan Go-Ride. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 2(2), 51–54. <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v2i2.285>

Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium, Jilid 2*. PT Prenhallindo.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing: Sixteenth Edition*. Pearson Education, Inc.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran jilid 1, Edisi 13*. Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, Global Edition, e15*. Pearson Education, Inc.

Munawar. (2005). *Dasar-Dasar Teknik Transportasi*. Beta Offset.

Nasution. (2008). *Manajemen Transportasi*. Ghalia Indonesia.

Paramita. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif: Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa Akuntansi & Manajemen*. WIDYA GAMA PRESS.

Pradnyani, Rahmawati, & Dkk. (2020). Pengaruh Reward Dan Punishment Terhadap Motivasi. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 21–30.

Prihandoyo, C. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jne Cabang Balikpapan. *Jurnal GeoEkonomi*, 10(1), 116–129. <https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v10i1.59>

- Santosa, D. G. W., & Mashyuni, I. A. (2021). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Grab di Kota Denpasar. *Widya Amrita*, 1(1), 290–302. <https://doi.org/10.32795/widyaamrita.v1i1.1176>
- Setyaningsih, E., Ismawan, E., & Hidayat, T. (2019). Berdasarkan `hasil penelitian dapat diambil beberapa kesimpulan yaitu: 1) Kepuasan pelanggan dapat dibangun dari Kualitas pelayanan yang baik, 2) Kepuasan yang dirasakan pelanggan dapat membangun sebuah loyalitas pelanggan, 3) Untuk membangun loyalitas pe. *STMIK Borneo Internasional*, 3(1), 33–38.
- Sudjana. (2005). *Metode Statistika*. Tarsito.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. ALFABETA, cv.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA, cv.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA, cv.
- Taupik Ismail, & Yusuf, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Indihome Gegerkalong Di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 413–423.
- Tjiptono, F. (2014a). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*. Andi Publisher Offset.
- Tjiptono, F. (2014b). *Service, Quality & Satisfaction. Edisi 3*. Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. (2017). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima, Edisi 3*. CV Andi Offset.
- Tsalisa, R. A., Hadi, S. P., & Purbawati, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Maxim

di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 822–829.
<https://doi.org/10.14710/jiab.2022.35970>

Veronica, S.E., M.S.Ak., D. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan(Studi Pada Salondewidi Kota Jambi). *STIEMuhammadiyah Jambi*, 5(1), 55–69.