

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MAXIM BIKE DI PONTIANAK

Alexander¹, Wendy Suhendry²

aalexanderrafael17@gmail.com¹, wendysuhendry17@gmail.com²

Politeknik Tonggak Equator^{1,2}

ABSTRACT

The development of the internet at this time affects the development of various fields, one of which is in the field of transportation. If people want to go somewhere and go quickly and easily, they need transportation. Therefore, in this era of internet development, several online-based transportation services have emerged, one of which is maxim. Researchers want to know the quality of service from Maxim, especially Maxim bike. This study aims to determine whether there is a significant effect of physical evidence, reliability, responsiveness, assurance, and empathy on customer satisfaction with Maxim bike services. This research uses quantitative methods. The data collection techniques used are questionnaires, documentation studies, literature studies. The sampling technique used was purposive sampling method, which at least had used Maxim three times as many as 60 respondents. The data analysis technique is multiple linear regression analysis. The data obtained will be analyzed using the SPSS program. Based on the results of the t test, the reliability, responsiveness, and guarantee factors have a significant effect on Maxim bike consumer satisfaction. However, the factors of physical evidence, and empathy have not had a significant effect on Maxim bike consumer satisfaction.

Keywords: Service quality, customer satisfaction, online transportation

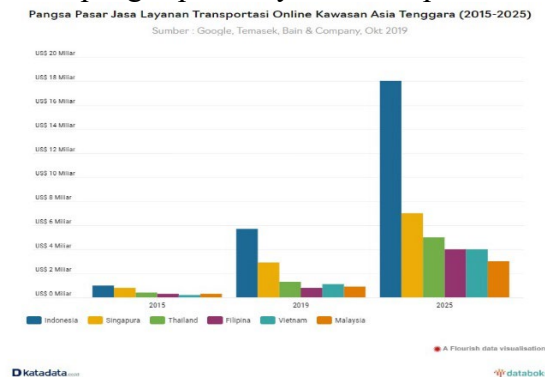
PENDAHULUAN

Internet pada jaman sekarang berkembang sangat pesat sehingga muncul banyak layanan-layanan yang mendukung kegiatan masyarakat dengan menggunakan internet. Jumlah pengguna internet Indonesia terus meningkat. Berdasarkan hasil laporan terbaru *Hootsuite* dan *We Are Social*, pengguna internet Indonesia mencapai 202,6 juta hingga Januari 2021. Apabila dibandingkan dengan pengguna internet pada tahun 2020, ada kenaikan 15,5% atau lebih dari 27 juta orang dalam 12 bulan terakhir.

Perkembangan internet pada masa sekarang mempengaruhi perkembangan berbagai bidang satu diantaranya di bidang transportasi. Apabila masyarakat ingin pergi ke suatu tempat dan pergi dengan cepat dan mudah, masyarakat tentu membutuhkan transportasi. Oleh karena itu, di jaman perkembangan internet ini, muncullah beberapa layanan transportasi berbasis *online*.

Selain perkembangan internet, salah satu yang mempengaruhi perkembangan transportasi adalah perkembangan teknologi, salah satu contoh dari perkembangan teknologi yaitu perkembangan *smartphone* yang semakin canggih dan berinovasi yang membuat masyarakat tidak dapat terlepas dari *smartphone*. Perkembangan teknologi seperti *smartphone* sangat mempermudah masyarakat, contohnya pindahnya masyarakat dalam transaksi tradisional menjadi

transaksi *online* yang sangat membantu dan mudah di lakukan dimanapun, salah satunya dalam bidang transportasi. Berikut data pangsa pasar layanan transportasi *online* di Asia Tenggara.



Gambar 1. Pangsa Pasar Layanan Transportasi *Online* di Asia Tenggara (Sumber: Google, Temasek, Bain & Company 2019)

Seperti gambar 1 diatas dapat disimpulkan bahwa transportasi berbasis *online* semakin berkembang disetiap tahunnya, khususnya di Indonesia. Dapat dilihat pada gambar 1.1 diatas, bahwa pangsa pasar (*gross merchandise value/GMV*) *ride hailing* (jasa layanan antar makanan dan transportasi *online*) di Indonesia pada 2015 baru mencapai US\$ 980 juta. Kemudian meningkat menjadi US\$ 5,7 miliar pada 2019 dan diperkirakan meningkat menjadi US\$ 18 miliar pada 2025, terbesar di kawasasn Asia Tenggara seperti yang terlihat pada grafik. Di Indonesia sendiri memiliki banyak perusahaan yang bergerak di bidang transportasi *online*, satu diantaranya Maxim.

Date:	Country:	Category:	In App Purchase:	Cost Range (\$):	Ap
Dec 20, 2021	Indonesia	Travel	All	0 to	
Free					
1	PT GO-JEK INDONESIA	Free			
	Gojek	★★★★★ (175,431)			
2	PT Traveloka Indonesia	Free			
	Traveloka Lifestyle Superapp	★★★★★ (234,332)			
3	Alex Medvedev	Free			
	maxim — transportasi, deli...	★★★★★ (141,007)			
4	Tiket.com	Free			
	tiket.com - Hotel & Pesawat	★★★★★ (20,350)			
5	Agoda.com	Free			
	Agoda — Promo Akomodasi	★★★★★ (49,346)			
6	PT KERETA-API INDONESIA	Free			
	KAI Access	★★★★★ (133)			
Paid					
	Renz Mathew			Rp 16000.00	
	Jakarta Airport (CGK) + ...	★★★★★ (2)			
	gotthere.sg			Rp 65000.00	
	gotthere.sg	★★★★★ (2)			+1
	Stewart Swaiton			Rp 78000.00	
	mi Flight Radar Pro Trac...	★★★★★ (135)			+1
	TripView Pty Ltd			Rp 65000.00	
	TripView - Sydney & Mel...	★★★★★ (75)			+1
	Kulemba GmbH			Rp 198000.00	
	CityMaps2Go Pro Offline...	★★★★★ (14)			+
	Dave Pascoe			Rp 65000.00	
	LiveATC Air Radio	★★★★★ (5)			-4

Gambar 2. Top Charts: *Iphone Indonesia – Travel* (Sumber: <https://app.sensortower.com/>)

Berdasarkan Gambar 2 diatas menunjukkan bahwa aplikasi Transportasi *online* Maxim termasuk top Charts: *Iphone Indonesia – Travel* dengan menduduki peringkat ke tiga diantara banyak aplikasi yang ada di kategori *travel* yang dilihat dari data bulan Desember 2020. Banyak faktor yang mempengaruhi berkembangnya Maxim. Satu diantaranya adalah kualitas pelayanan yang diberikan oleh *driver* Maxim yang membuat konsumen puas dan menggunakan kembali layanan Maxim.

Variabel yang digunakan dalam penelitian kualitas pelayanan Maxim ini terdiri dari 5 variabel diantaranya adalah bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Yang dimaksud dari bukti fisik yaitu penampilan fasilitas fisik, peralatan, sarana komunikasi serta

penampilan dari karyawan tersebut, contohnya adalah kebersihan dari *driver* Maxim sendiri, dan kehandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk melakukan layanan yang dijanjikan yang dapat diandalkan dan akurat, contohnya adalah cara seorang *driver* menyelesaikan permasalahan dari konsumen. Untuk daya tanggap yaitu kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat, contohnya adalah *driver* memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumen, dan untuk jaminan yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan dari karyawan untuk menyampaikan rasa percaya dan percaya diri, contohnya adalah *driver* yang memberi kesan kepercayaan kepada konsumen, dan yang terakhir empati yaitu perhatian, perhatian khusus yang diberikan kepada pelanggan, contohnya adalah *driver* peduli dan mengerti apa yang di butuhkan konsumen.

Dari pemaparan di atas, permasalahan yang bisa dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara bukti fisik terhadap kepuasan konsumen Maxim bike di Pontianak?
2. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara kehandalan terhadap kepuasan konsumen Maxim bike di Pontianak?
3. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara daya tanggap terhadap kepuasan konsumen Maxim bike di Pontianak?
4. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara jaminan terhadap kepuasan konsumen Maxim bike di Pontianak?
5. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara empati terhadap kepuasan konsumen Maxim bike di Pontianak?

Dari pemaparan diatas maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara bukti fisik terhadap kepuasan konsumen Maxim bike di Pontianak.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara kehandalan terhadap kepuasan konsumen Maxim bike di Pontianak.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara daya tanggap terhadap kepuasan konsumen Maxim bike di Pontianak.
4. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara jaminan terhadap kepuasan konsumen Maxim bike di Pontianak.
5. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara empati terhadap kepuasan konsumen Maxim bike di Pontianak.

Dalam analisa teori ini penulis mengemukakan teori-teori yang berhubungan dengan faktor-faktor yang mempunyai hubungan dengan kepuasan konsumen.

Menurut (Jusuf & Almasdi, 2012) mengatakan bahwa memberikan layanan yang handal, cepat serta lengkap diwajibkan untuk melayani konsumen secara prima. Layanan adalah kegiatan yang dilakukan melalui sistem, prosedur dan metode tertentu oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan materi dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya.

Menurut Wyckof dalam Tjiptono (2019) mengatakan bahwa kualitas layanan adalah tingkat manajemen kualitas layanan yang diharapkan pelanggan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Menurut Parasuraman (1988) dalam Tjiptono (2019) mengatakan bahwa terdapat dua faktor utama yang memberikan pengaruh terhadap jasa yaitu jasa yang diharapkan (*expected service*) dan jasa yang dipersepsikan (*perceived service*). Menurut Kotler dan Keller (2016) mengatakan bahwa terdapat lima dimensi dari kualitas layanan, yaitu:

1. *Reliability* (Kehandalan), yaitu kemampuan perusahaan untuk melakukan layanan yang dijanjikan yang dapat diandalkan dan akurat.
2. *Tangibles* (Bukti Fisik), yaitu penampilan fasilitas fisik, peralatan, sarana komunikasi serta penampilan dari karyawan tersebut.
3. *Responsiveness* (Kepekaan), yaitu kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat.
4. *Assurance* (Jaminan), yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan dari karyawan untuk menyampaikan rasa percaya dan percaya diri.
5. *Empathy* (Empati), yaitu perhatian, perhatian khusus yang diberikan kepada pelanggan.

Kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut dapat diuraikan berdasarkan atribut dan dimensi model SERVQUAL, sebagai berikut:

Tabel 1. Atribut dan Dimensi Model SERQUAL

No.	Dimensi	Atribut
1	Reliabilitas	a. Memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan b. Bersikap ramah dan mampu menenangkan pelanggan setiap ada masalah c. Menyediakan informasi yang tepat dan benar sesuai yang dijanjikan d. Memberikan layanan secara benar semenjak pertama kali e. Sistem pencatatan yang akurat dan bebas kesalahan
2	Jaminan	a. Karyawan Terpercaya b. Perasaan aman sewaktu melakukan interaksi dengan karyawan c. Karyawan selalu bersikap sopan dan ramah d. Karyawan berpengetahuan luas sehingga dapat menjawab pertanyaan pelanggan
3	Empati	a. Karyawan tulus dalam menangani masalah b. Karyawan memberikan perhatian individual kepada pelanggan c. Waktu beroperasi yang nyaman bagi para pelanggan d. Karyawan memahami kebutuhan spesifik dari pelanggan e. Karyawan sungguh-sungguh memperhatikan kepentingan setiap pelanggan
4	Daya Tanggap	a. Karyawan merespon permintaan pelanggan dengan cepat dan efisien b. Layanan yang segera/cepat dari karyawan c. Karyawan menanggapi permintaan pelanggan dengan cepat d. Karyawan selalu bersedia membantu pelanggan
5	Bukti Fisik	a. Peralatan mutakhir/terbaru b. Fasilitas fisik yang berdaya tarik c. Karyawan berpenampilan rapi d. Fasilitas Fisik sesuai dengan jenis servis yang ditawarkan

Menurut Engel et al dikutip oleh Sangadji (2013) mengatakan bahwa Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam memperoleh, mengonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa. Menurut Gunawan dalam Awaliyah (2017) mengatakan bahwa Perilaku konsumen adalah suatu studi bagaimana individu, kelompok, dan organisasi atau lembaga memilih, membeli, menggunakan, dan membuang barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Menurut Harman Malau (2017) mengatakan bahwa perilaku konsumen merupakan tingkah laku tentang individu, kelompok, atau organisasi

dan proses yang mereka gunakan untuk memilih, mengamankan, menggunakan, dan membuang produk, jasa, pengalaman, atau ide untuk kepuasan.

Menurut Tjiptono (2014) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadanan atau ketidak sepadanan antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan perorbanan yang dilakukan.

Menurut Kotler (2014) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah Perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan.

Dari pengertian diatas dapat di simpulkan bahwa kepuasan pelanggan bergantung dari apa yang diberikan oleh perusahaan, misalnya suatu perusahaan memberikan pelayanan yang baik dan pelanggan merasa baik dengan pelayanan yang diberikan, maka kemungkinan pelanggan tersebut akan kembali lagi. Tapi jika pelayanan yang diberikan oleh perusahaan membuat pelanggan tidak puas atau tidak nyaman, maka kemungkinan besar pelanggan tersebut tidak akan kembali.

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah. Karena sifatnya yang sementara, maka perlu dibuktikan kebenarannya melalui data empiris yang terkumpul. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1: Terdapat Pengaruh yang signifikan antara Faktor bukti fisik dengan Kepuasan konsumen Maxim *bike* di Pontianak.
- H2: Terdapat Pengaruh yang signifikan antara Faktor kehandalan dengan Kepuasan konsumen Maxim *bike* di Pontianak.
- H3: Terdapat Pengaruh yang signifikan antara Faktor daya tanggap dengan Kepuasan konsumen Maxim *bike* di Pontianak.
- H4: Terdapat Pengaruh yang signifikan antara Faktor jaminan dengan Kepuasan konsumen Maxim *bike* di Pontianak.
- H5: Terdapat Pengaruh yang signifikan antara Faktor empati dengan Kepuasan konsumen Maxim *bike* di Pontianak.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kota Pontianak. Sedangkan variabel yang digunakan terdiri dari 5 variabel yaitu faktor bukti fisik, faktor kehandalan, faktor daya tanggap, faktor jaminan dan faktor empati. Variabel tersebut digunakan untuk mengukur faktor-faktor tersebut mempengaruhi kepuasan konsumen dalam penggunaan jasa Maxim bike. Jenis data yang digunakan yakni data kuantitatif. Sedangkan teknik pengumpulan data yaitu penyebaran kuesioner di Pontianak dengan metode *purposive sampling*, studi pustaka (buku, jurnal, artikel, internet dan penelitian sebelumnya), studi dokumentasi (profil perusahaan Maxim). Kriteria dari responden adalah yang pernah menggunakan aplikasi Maxim minimal tiga kali dan berumur di atas 17 tahun. Populasi penelitian ini adalah seluruh pengguna jasa Maxim bike di Pontianak dengan sampel sebanyak 60 responden. Untuk mengolah data kuesioner yang didapatkan, maka dilakukan proses uji validitas, uji realibilitas dan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program *SPSS*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun hasil analisis regresi berganda adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	1.156	1.578		.733	.467
	Bukti Fisik X1	.048	.152	.041	.316	.753
	Kehandalan X2	-.322	.140	-.359	-2.297	.026
	Daya Tanggap X3	.581	.171	.573	3.399	.001
	Jaminan X4	.522	.171	.431	3.048	.004
	Empati X5	.161	.133	.179	1.209	.232

Sumber : Output SPSS, 2022

Berdasarkan tabel 2, maka maka, model persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini yaitu:

$$Y = 1,156 + 0,048X_1 - 0,322X_2 + 0,581X_3 + 0,522X_4 + 0,161X_5 + e$$

Keterangan:

Y: Kepuasan konsumen

α : Konstanta

$\beta_1 \dots \beta_5$: Koefisien Regresi

e : Error

X₁ : Bukti Fisik

X₂ : Kehandalan

X₃ : Daya Tanggap

X₄ : Jaminan

X₅ : Empati

Persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 1,156 artinya variabel independen (bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati) apabila nilainya 0 maka tingkat kepuasan konsumen (Y) nilainya adalah 1,156. Konstanta adalah nilai yang tetap walaupun variabel lain nilainya berubah.
2. Koefisien regresi variabel bukti fisik (X₁) sebesar 0,048 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan variabel bukti fisik mengalami kenaikan 1% maka tingkat kepuasan konsumen (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 4,8%. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan searah antara variabel bukti fisik dengan kepuasan konsumen. Peningkatan bukti fisik diimbangi dengan kenaikan kepuasan konsumen.
3. Koefisien regresi variabel kehandalan (X₂) sebesar -0,322 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan variabel kehandalan mengalami kenaikan 1% maka tingkat kepuasan konsumen (Y) akan mengalami penurunan sebesar 32,2%. Koefisien bernilai negatif artinya terjadi hubungan berlawanan antara variabel kehandalan dengan kepuasan konsumen. Peningkatan kehandalan tidak diimbangi dengan kenaikan kepuasan konsumen.
4. Koefisien regresi variabel daya tanggap (X₃) sebesar 0,581 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan variabel daya tanggap mengalami kenaikan 1% maka tingkat kepuasan konsumen (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 58,1%. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan searah antara variabel daya tanggap dengan kepuasan konsumen. Peningkatan daya tanggap diimbangi dengan kenaikan kepuasan konsumen.
5. Koefisien regresi variabel jaminan (X₄) sebesar 0,522 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan variabel jaminan mengalami kenaikan 1% maka tingkat kepuasan konsumen (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 52,2%. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan searah antara variabel jaminan dengan kepuasan konsumen. Peningkatan jaminan diimbangi dengan kenaikan kepuasan konsumen.

6. Koefisien regresi variabel empati (X_5) sebesar 0,161 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan variabel empati mengalami kenaikan 1% maka tingkat kepuasan konsumen (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 16,1%. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan searah antara variabel empati dengan kepuasan konsumen. Peningkatan empati diimbangi dengan kenaikan kepuasan konsumen.

Tabel 3. Hasil Analisis Korelasi Berganda (R)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.843 ^a	.711	.685	1.67704

a. Predictors: (Constant), Bukti_Fisik_X1, Kehandalan_X2, Daya_Tanggap_X3, Jaminan_X4, Empati_X5

Sumber : Output SPSS, 2022

Berdasarkan tabel 3 dapat diketahui bahwa untuk koefisien korelasi dapat diketahui bahwa nilai R sebesar 0,843 artinya koefisien korelasi antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen merupakan kategori korelasi sangat kuat.

Tabel 4. Hasil Analisis Determinasi (R^2)

Model Summary			
R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.843 ^a	.711	1.67704

a. Predictors: (Constant), Total_X5, Total_X1, Total_X4, Total_X2, Total_X3

Sumber : Output SPSS, 2022

Berdasarkan tabel 4. dapat diketahui nilai R square sebesar 0,685 atau sama dengan 68,5%. Artinya variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen sebesar 68,5%, sedangkan sisanya 31,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan didalam model regresi.

Tabel 5 Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.156	1.578		.733	.467
Bukti_Fisik_X1	.048	.152	.041	.316	.753
Kehandalan_X2	-.322	.140	-.359	-2.297	.026
Daya_Tanggap_X3	.581	.171	.573	3.399	.001
Jaminan_X4	.522	.171	.431	3.048	.004
Empati_X5	.161	.133	.179	1.209	.232

a. dependent Variable : Kepuasan Konsumen

Sumber : Output SPSS, 2022

Dapat disimpulkan bahwa :

1. Karena t hitung ($0,316 < t$ tabel ($1,671$)), maka H_{01} diterima, artinya tidak ada pengaruh secara signifikan antara variabel bukti fisik terhadap kepuasan konsumen.
2. Karena t hitung ($-2,297 > t$ tabel ($1,671$)), maka H_{02} ditolak, artinya ada pengaruh secara signifikan dan negatif antara variabel kehandalan terhadap kepuasan konsumen.
3. Karena t hitung ($3,399 > t$ tabel ($1,671$)), maka H_{03} ditolak, artinya ada pengaruh secara signifikan antara variabel Daya tanggap terhadap kepuasan konsumen.
4. Karena t hitung ($3,048 > t$ tabel ($1,671$)), maka H_{04} ditolak, artinya ada pengaruh secara signifikan antara variabel Jaminan terhadap kepuasan konsumen.
5. Karena t hitung ($1,208 < t$ tabel ($1,671$)), maka H_{05} diterima, artinya tidak ada pengaruh secara signifikan antara variabel Empati terhadap kepuasan konsumen.

Hasil analisis uji-t, diketahui bahwa variabel X yaitu, kehandalan, bukti fisik, daya tanggap, jaminan, dan empati bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Maxim bike di Pontianak.

Dari hasil analisis penelitian masing-masing variabel dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Bukti fisik (X_1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

Bukti Fisik tidak berpengaruh signifikan secara statistik terhadap kepuasan konsumen Maxim bike di Pontianak pada taraf kepercayaan 95% . Hal ini dibuktikan dengan hasil statistik uji t untuk bukti fisik diperoleh t hitung ($0,316 < t$ tabel ($1,671$)), maka H_1 ditolak, artinya tidak ada pengaruh secara signifikan antara variabel bukti fisik terhadap kepuasan konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2016) mengatakan bahwa bukti fisik adalah penampilan fasilitas fisik, peralatan, sarana komunikasi serta penampilan dari karyawan tersebut.

Berikut merupakan pembahasan dari masing-masing indikator. Mayoritas responden menjawab setuju bahwa driver dari Maxim bike telah melengkapi atribut kendaraan sesuai standar kepolisian Republik Indonesia seperti helm, spion, lampu sen, dan sebagainya. Kemudian untuk kendaraan dari driver Maxim bike sendiri sudah baik dan sudah di cek oleh driver sebelum menjalankan orderan. Kemudian konsumen merasa puas terhadap penampilan driver Maxim bike yang rapi dan driver Maxim bike menggunakan atribut lengkap sehingga enak di pandang, Tetapi dari hasil pengujian menggunakan aplikasi SPSS variabel bukti fisik belum berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Maxim bike di Pontianak.

2. Kehandalan (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Kehandalan berpengaruh signifikan secara statistik terhadap kepuasan konsumen Maxim di Pontianak pada taraf kepercayaan 95%. Hal ini di buktikan dengan hasil statistik uji t untuk kehandalan diperoleh t hitung ($-2,297 > t$ tabel ($1,671$)), maka H_2 diterima, artinya ada pengaruh secara signifikan dan negatif antara variabel kehandalan terhadap kepuasan konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2016) mengatakan bahwa kehandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk melakukan layanan yang dijanjikan yang dapat diandalkan dan akurat.

Berikut merupakan pembahasan dari masing-masing indikator. Driver Maxim bike memenuhi dan menjalankan orderan dengan tuntas kemudian driver Maxim bike memberikan pelayanan yang baik saat pertama bertemu sehingga pelayanan yang diberikan driver dapat dipercaya kemudian konsumen diantar dengan tepat waktu sampai ke tujuan dan driver Maxim bike selalu mengantarkan konsumen ketempat tujuan dengan tepat, hal ini yang menjadikan bahwa variabel kehandalan dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Maxim bike di Pontianak.

3. Daya tanggap (X_3) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

Daya tanggap berpengaruh signifikan secara statistic terhadap kepuasan konsumen Maxim di Pontianak pada taraf kepercayaan 95%. Hal ini dibuktikan dengan hasil statistik uji t untuk daya

tanggap diperoleh t hitung ($3,399 > t$ tabel ($1,671$), maka H_3 diterima, artinya ada pengaruh secara signifikan antara variable daya tanggap terhadap kepuasan konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2016) mengatakan bahwa daya tanggap yaitu kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat.

Berikut merupakan pembahasan dari masing-masing indikator. Ketika konsumen bingung dan bertanya, driver Maxim bike selalu memberikan informasi yang jelas dan tepat kemudian driver Maxim bike mengantarkan konsumen dengan cepat ke tujuan apa bila konsumen buru-buru ke tempat tujuan kemudian apabila konsumen memiliki permasalahan dalam pemesanan maka driver Maxim bike akan membantu dengan memberikan solusi kepada konsumen dan driver Maxim bike cepat dan tanggap Ketika orderan sudah masuk dari konsumen, hal ini yang menjadikan bahwa variabel daya tanggap dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Maxim bike di Pontianak.

4. Jaminan (X_4) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

Jaminan berpengaruh secara signifikan secara statistic terhadap kepuasan konsumen Maxim di Pontianak pada taraf kepercayaan 95%. Hal ini dibuktikan dengan hasil statistik uji t untuk jaminan diperoleh t hitung ($3,048 > t$ tabel ($1,671$), maka H_4 diterima, artinya ada pengaruh secara signifikan antara variable jaminan terhadap kepuasan konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2016) mengatakan bahwa jaminanya itu pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan dari karyawan untuk menyampaikan rasa percaya dan percaya diri.

Berikut merupakan pembahasan dari masing-masing indikator. Konsumen yang menggunakan jasa transportasi Maxim bike merasakan perilaku dari driver Maxim bike sopan dikarenakan tidak pernah driver meminta tip tambahan kepada konsumen, kemudian alasan konsumen selalu memesan Maxim bike yaitu driver dari Maxim bike selalu memberikan pelayanan yang berkualitas yang dapat dipercaya oleh konsumen. Driver Maxim bike juga mematuhi aturan lalu lintas sehingga menimbulkan rasa aman kepada konsumen dan driver Maxim bike memiliki pengetahuan di dalam bidang Maxim ketika konsumen bertanya, hal ini yang menjadikan variabel jaminan dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Maxim bike di Pontianak.

5. Empati (X_5) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

Empati tidak berpengaruh signifikan secara statistic terhadap kepuasan konsumen Maxim di Pontianak pada taraf kepercayaan 95%. Hal ini dibuktikan dengan hasil statistik uji t untuk empati diperoleh t hitung $1,208 < t$ tabel ($1,671$), maka H_5 ditolak, artinya tidak ada pengaruh secara signifikan antara variabel empati terhadap kepuasan konsumen Maxim bike di Pontianak.

.Menurut Kotler dan Keller (2016) mengatakan bahwa jaminan yaitu perhatian khusus yang diberikan kepada pelanggan.

Berikut merupakan pembahasan dari masing-masing indikator. Mayoritas responden menjawab setuju bahwa driver Maxim bike mengutamakan keselamatan konsumen di jalan contohnya mematuhi aturan lalu lintas untuk menghindari terjadinya kecelakaan, ini yang menjadikan driver Maxim bike dapat dikatakan memerhatikan kepentingan pelanggan. Mayoritas responden juga menjawab setuju bahwa driver Maxim bike mendengarkan keinginan dan keluhan konsumen ketika diperjalanan dan driver Maxim bike juga memberikan perhatian individual kepada konsumen yang memesan Maxim bike. Jam operasional yang fleksibel dari driver Maxim bike yang membuat konsumen menggunakan jasa Maxim bike, tetapi dari hasil pengujian menggunakan aplikasi SPSS variabel jaminan belum berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Maxim bike di Pontianak.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil uraian analisis dan pembahasan dari penelitian yang penulis

lakukan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari 60 responden yang mengisi kuesioner penelitian ini, mayoritas berada direntang umur 17 – 25 tahun dengan jenis kelamin perempuan, berpendidikan akhir SMA dengan rata-rata bekerja sebagai karyawan swasta dan berpenghasilan <Rp.2.750.000.
2. Dari hasil analisa korelasi berganda / R didapatkan bahwa nilai R sebesar 0,843 yang berarti terjadi hubungan yang sangat kuat antara variabel bebas (bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati) terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen).
3. Dari hasil analisa determinasi didapatkan bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,685 yang berarti variabel bebas (bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati) berpengaruh terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen) sebesar 68,5% dan sisanya 31,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam model regresi.
4. Dari uji t didapatkan bahwa variabel bukti fisik dan empati tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan variabel kehandalan, daya tanggap, jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen

Adapun saran – saran yang dapat penulis berikan berdasarkan kesimpulan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Peneliti mendapatkan hasil bahwa variabel bukti fisik dan empati belum berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu diharapkan kepada pihak Maxim untuk dapat lebih memperhatikan bukti fisik dan empati dari driver maxim bike sehingga dapat membuat pengguna Maxim merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan. Adapun saran yang dapat diberikan kepada pihak Maxim untuk meningkatkan bukti fisik dan empati dari driver maxim yaitu dengan memberikan edukasi kepada driver untuk wajib menggunakan atribut, seperti jaket, helm, spion dan lain sebagainya. Dan driver maxim lebih mendengarkan keluhan dan keinginan dari konsumen, dan mampu memberikan perhatian individual kepada konsumen agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang maksimal.
2. Peneliti mendapatkan hasil bahwa kehandalan, daya tanggap, dan jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu penulis berharap agar pihak Maxim dapat mempertahankan bahkan meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat membuat konsumen merasa puas dan ingin menggunakan kembali serta merekomendasikan maxim bike.
3. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambah variabel lain, misalnya harga dan juga menambahkan responden.

REFERENSI

- Bismo, A., Sarjono, H., & Ferian, A. (2018). The effect of service quality and customer satisfaction on customer loyalty: A study of grabcar services in Jakarta. *Pertanika Journal of Social Sciences & Humanities*, 26, 33-47.
- Fandy Tjiptono. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Yogyakarta: Andy.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*
- <https://inet.detik.com/cyberlife/d-5407210/pengguna-internet-indonesia-tembus-2026-juta>
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/05/berapa-pangsa-pasar-jasa-layanan-transportasi-online-indonesia>
- <https://jogja.tribunnews.com/2020/12/28/hadir-di-47-kota-di-in> (Ghozali, 2018)donesia-ini-keunggulan-maxim-daripada-ojol-lainnya
- <https://industri.kontan.co.id/news/maxim-transportasi-online-asal-rusia-yang-mulai-gencar-ekspansi-ke-indonesia>

Alexander. Suhendry, W. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Maxim Bike Di Pontianak. *Obis : Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 6(1), 15-25

<https://id.taximaxim.com/az/blog/2020/03/1795-selama-1-tahun-pertumbuhan-pengguna-maxim-naik-hingga-31-kali/#:~:text=Pertumbuhan%20jumlah%20pengguna%20Maxim%20selama,ditambah%20dari%20waktu%20ke%20waktu.>

Irdhayanti, E., & Firayanti, Y. (2019). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Gojek di Kabupaten Kubu Raya. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Kontemporer*, 5(2).

Rifaldi, R., Kadunci, K., & Sulistyowati, S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Online Gojek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Mahasiswa/i Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta. *Epigram*, 13(2).

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA, cv.

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA, cv.