

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

M.Edwin Ruwananda¹, Welly Nailis²

^{1,2}Universitas Sriwijaya

m.edwinrwnd13@gmail.com¹, wellynailis@gmail.com²

ABSTRACT

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. The data analysis used is by F test, T test, and multiple linear analysis. The results of test F show that the variable of service quality simultaneously affects the satisfaction of Maxim customers in Palembang City.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction

ABSTRAK

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. Analisis data yang digunakan ialah dengan uji F, uji T, dan analisis linier berganda. Hasil uji F menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Maxim di Kota Palembang.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.

PENDAHULUAN

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. Pertumbuhan internet saat ini sangatlah pesat terlebih lagi di Indonesia, 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.

Internet sangat membantu dalam pengembangan bisnis di masa yang serba digital sekarang maka tak 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.

Transportasi adalah kegiatan memindahkan atau mengangkut muatan (barang ataupun manusia) dari satu tempat ketempat yang lain atau dari tempat asal ke tempat tujuan, menurut (Adji, 2011). 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.

Padatnya jumlah kendaraan sepeda motor tersebut dialihfungsikan 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 masyarakat yang mengalihfungsikan kendaraan roda duanya sebagai kendaraan umum contohnya seperti ojek pangkalan. 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. 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. Dengan adanya layanan ojek *online* banyak digunakan oleh masyarakat Kota Palembang sebagai salah satu pilihan moda transportasi umum dikarenakan harganya yang sudah tetap jika dibandingkan dengan ojek pangkalan.

Perusahaan Maxim adalah salah satu perusahaan yang bergerak pada usaha layanan jasa transportasi *online*. Maxim hadir di Indonesia pada 2018 dibawah PT. Teknologi Perdana Indonesia yang berada di Tebet, Jakarta Selatan untuk kantor pusatnya. Saat ini Maxim telah beroperasi di 77 kota yang ada di Indonesia, yaitu Jakarta, Palembang, Jambi, Medan, Yogyakarta, Purwokerto, dan lain sebagainya dengan ratusan atau ribuan mitra *driver* di setiap kotanya. 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.

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.

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 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 ketidakpuasannya dalam menggunakan Maxim Bike, yaitu pengguna menyampaikan ketidakpuasannya salah satunya adalah sulitnya dalam mencari *driver* Maxim Bike di jam-jam sibuk seperti di pagi hari dan pada saat sore hari, selanjutnya adalah terjadi keterlambatan dalam penjemputan dimana hal ini terjadi karena titik lokasi dari penjemputan yang tidak akurat. Oleh sebab itu peneliti tertarik untuk melakukan kajian lebih lanjut tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan Maxim sebagai objek penelitian di Kota Palembang.

Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)

Menurut (Kotler & Keller, 2009) *quality is the totality of futures and characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied needs* maksudnya kualitas adalah keseluruhan untuk jangka panjang dan karakter dari suatu produk atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersembunyi. Terdapat lima dimensi pokok untuk mengukur kualitas layanan menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1985) yang dikutip oleh (Kotler & Keller, 2016), yaitu:

1. Keandalan (*Reliability*), kemampuan sebuah perusahaan dalam memberikan layanan yang sesuai dengan apa yang disajikan secara akurat, konsisten dan memuaskan sehingga sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan.
2. Daya Tanggap (*Responsiveness*), kemampuan dan juga kesediaan penyedia layanan untuk membantu mengatasi keluhan para pelanggan dengan merespon permintaan mereka secara cepat.
3. Jaminan (*Assurance*), pengetahuan seorang karyawan tentang jasa atau produk yang di tawarkan serta kesopanan karyawan dan juga kemampuan

seorang karyawan dalam menimbulkan rasa percaya dan keyakinan pelanggan.

4. Empati (*Empathy*), kesediaan perusahaan dan karyawan untuk memahami masalah pelanggan mereka dan bertindak untuk kepentingan pelanggan serta menawarkan perhatian dan pemahaman personal kepada pelanggan terhadap kebutuhan pelanggan secara spesifik.
5. Bukti Fisik (*Tangibles*), penampilan fisik adalah berkaitan dengan fasilitas layanan, peralatan/ perlengkapan, sumber daya manusia, produk-produk serta materi komunikasi perusahaan.

Kepuasan Pelanggan

Menurut (Kotler, 2002) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan persepsi atau kesan mereka terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dengan harapannya. Menurut (Irawan, 2003) kepuasan pelanggan adalah hasil akumulasi dari konsumen atau pelanggan dalam menggunakan produk dan jasa. Artinya apa yang diharapkan dapat dicapai oleh pelanggan sesuai dengan kenyataan. Harapan akan kenyataan ini akan menentukan di mana letak kepuasan pelanggan. Menurut (Indrasari, 2019) terdapat 5 faktor utama yang harus diperhatikan untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Kualitas Produk, Konsumen akan merasa puas bila hasil dari tinjauan mereka menunjukkan bahwa produk yang digunakan sesuai apa yang mereka harapkan dan berkualitas.
2. Kualitas Pelayanan, Terutama untuk industri jasa. Pelayanan yang baik untuk konsumen akan membuat konsumen merasa puas karena mendapatkan pelayanan yang sesuai dengan yang mereka harapkan.
3. Emosional, Bila seorang konsumen menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi maka konsumen akan merasa lebih bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia. Tingkat kepuasan ini terjadi bukan karena dari kualitas produknya tetapi dari nilai sosialnya yang menjadi tolak ukur kepuasannya.
4. Harga, Harga yang relatif murah serta produk yang mempunyai kualitas yang sama dengan harga yang mahal akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.
5. Biaya, Konsumen akan cenderung puas terhadap produk atau jasa jika mereka tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa tersebut.

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Menurut (Sudjana, 2005) hipotesis adalah asumsi atau dugaan mengenai sesuatu hal yang dibuat untuk menjelaskan hal itu yang sering dituntut untuk melakukan pengecekannya. Penentuan diterima atau ditolak inilah merupakan tujuan dari sebuah hipotesis. Adapun hipotesis penelitian yang telah disusun berdasarkan hubungan variabel dan penelitian-penelitian terdahulu yang terdapat pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Hipotesis 1

H1 = Variabel keandalan (Reliability) (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) jasa transportasi online Maxim di kota Palembang.

H0 = Variabel keandalan (Reliability) (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) jasa transportasi online Maxim di kota Palembang.

2. Hipotesis 2

H1 = Variabel Daya Tanggap (Responsiveness) (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) jasa transportasi online Maxim di kota Palembang.

H0 = Variabel Daya Tanggap (Responsiveness) (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) jasa transportasi online Maxim di kota Palembang.

3. Hipotesis 3

H1 = Variabel Jaminan (Assurance) (X3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) jasa transportasi online Maxim di kota Palembang.

H0 = Variabel Jaminan (Assurance) (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) jasa transportasi online Maxim di kota Palembang.

4. Hipotesis 4

H1 = Variabel Empati (Empathy) (X4) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) jasa transportasi online Maxim di kota Palembang.

H0 = Variabel Empati (Empathy) (X4) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) jasa transportasi online Maxim di kota Palembang.

5. Hipotesis 5

H1 = Variabel bukti fisik (Tangibles) (X5) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) jasa transportasi online Maxim di kota Palembang

H0 = Variabel bukti fisik (Tangibles) (X5) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) jasa transportasi online Maxim di kota Palembang.

6. Hipotesis 6

H1 = Variabel Reliability (X1), Responsiveness (X2), Assurance (X3), Empathy (X4) dan Tangibles (X5) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) jasa transportasi online Maxim di kota Palembang.

H0 = Variabel Reliability (X1), Responsiveness (X2), Assurance (X3), Empathy (X4) dan Tangibles (X5) secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) jasa transportasi online Maxim di kota Palembang.

METODE PENELITIAN

Jenis Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan data kuantitatif dengan metode *causal comparative research*. Menurut (Paramita, 2021) penelitian *causal comparative research* adalah penelitian empiris yang sistematis dimana ilmuwan tidak mengendalikan variabel bebas secara langsung karena eksistensi dari variabel tersebut telah terjadi atau karena variabel tersebut pada dasarnya tidak dapat dimanipulasi. Singkatnya jenis Penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan rancangan penelitian *causal comparative research* dimana penelitian ini ingin mencari tahu mengenai hubungan sebab-akibat.

Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini adalah data primer dengan diperoleh dan dikumpulkan secara langsung dari jawaban responden melalui pengisian kuisisioner yang disebarakan kepada pelanggan Maxim yang ada di Kota Palembang. Penelitian ini juga menggunakan sumber data sekunder. Data sekunder penelitian ini antara lain ialah data yang bersumber dari jurnal atau penelitian terdahulu, serta media elektronik (*internet*).

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuantitatif yang diperoleh dari jawaban kuesioner yang disebarakan kepada sejumlah responden mengenai keterangan melalui website *Google Forms* mengenai masalah kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Maxim di Kota Palembang. Sedangkan untuk menunjang pembahasan dalam penelitian ini maka sumber data yang digunakan adalah data primer dan juga sekunder, yaitu data yang bersumber dari obyek atau responden yang diberi kuesioner dan juga dari media elektronik (*Internet*).

Populasi dan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh masyarakat kota Palembang yang menggunakan transportasi online Maxim. Oleh karena jumlah populasi terlalu besar dan berubah-ubah, maka sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden dengan dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut (Sugiyono, 2022) *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang dapat dilakukan dengan kriteria-kriteria tertentu yang dikehendaki oleh peneliti. Kriteria responden yang dipilih oleh penelitian ialah:

1. Merupakan penduduk yang saat ini tinggal di kota Palembang
2. Usia responden mulai dari 17 tahun sampai dewasa
3. Pernah menggunakan layanan transportasi online Maxim minimal 6 bulan yang lalu

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik analisis regresi linier berganda menurut (Ghozali, 2016) pada dasarnya analisis linier berganda adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (variabel penjelas/ bebas), dengan tujuan untuk

mengestimasi atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui. Maka untuk mendapatkan jawaban atas hipotesis tersebut maka persamaan analisis bergandanya adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5 + e$$

Keterangan:

Y = Loyalitas Pelanggan

a = Konstanta

b1 = Koefisien regresi keandalan

x1 = keandalan

b2 = Koefisien regresi daya tanggap

x2 = Daya tanggap

b3 = Koefisien regresi jaminan

x3 = Jaminan

b4 = Koefisien regresi empati

x4 = Empati

b5 = Koefisien regresi bukti fisik

x5 = Bukti fisik

e = Standard error

Pengujian Hipotesis

Uji t (Parsial)

Menurut (Ghozali, 2016) Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Untuk mengukur signifikan pada uji t adalah apabila nilai signifikan < 0,05 maka dinyatakan variabel independen memberikan pengaruh terhadap variabel dependen atau H1 bisa diterima dan H0 bisa ditolak dan sebaliknya.

Uji F (Simultan)

Menurut (Ghozali, 2016) Uji simultan atau uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen atau terikat. Untuk mengukur taraf signifikan pada uji F adalah membandingkan jika nilai F hasil perhitungan dengan nilai F menurut tabel. Bila nilai F hitung lebih besar daripada nilai F tabel, maka H0 ditolak dan menerima H1.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui hubungan serta pengaruh antara satu variabel dependen terhadap dua ataupun lebih variabel independen. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan Maxim di Kota Palembang, maka dilakukan analisis regresi linear berganda antara variabel Keandalan (X1), Daya Tanggap (X2), Jaminan (X3), Empati (X4), Bukti Fisik (X5) dan Kepuasan Pelanggan (Y). Dalam penelitian ini perhitungan statistik dalam analisis

regresi linier berganda menggunakan perangkat lunak IBM SPSS Statistic 25. Berikut ini adalah hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS dijelaskan pada tabel dibawah:

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.562	2.477		2.649	.009		
	Total Keandalan (Reliability)	.219	.099	.221	2.209	.030	.676	1.480
	Total Daya tanggap (Responsiveness)	.057	.131	.049	.430	.668	.530	1.886
	Total Jaminan (Assurance)	-.102	.130	-.096	-.786	.434	.450	2.220
	Total Empati (Emphaty)	.082	.131	.074	.625	.533	.478	2.093
	Total Bukti Fisik (Tangibles)	.444	.097	.510	4.586	.000	.547	1.828
2	(Constant)	6.847	2.377		2.881	.005		
	Total Keandalan (Reliability)	.235	.092	.237	2.571	.012	.788	1.270
	Total Jaminan (Assurance)	-.091	.127	-.086	-.718	.474	.468	2.135
	Total Empati (Emphaty)	.099	.124	.090	.796	.428	.526	1.902
	Total Bukti Fisik (Tangibles)	.444	.096	.509	4.599	.000	.547	1.827
3	(Constant)	6.553	2.335		2.806	.006		
	Total Keandalan (Reliability)	.217	.088	.218	2.475	.015	.857	1.167
	Total Empati (Emphaty)	.069	.117	.063	.590	.557	.593	1.686
	Total Bukti Fisik (Tangibles)	.414	.087	.475	4.757	.000	.668	1.496
4	(Constant)	7.063	2.162		3.267	.002		
	Total Keandalan (Reliability)	.234	.082	.236	2.851	.005	.967	1.034
	Total Bukti Fisik (Tangibles)	.443	.072	.508	6.138	.000	.967	1.034

a. *Dependent Variable: Total Kepuasan Pelanggan*

Sumber data: Data primer yang telah diolah SPSS, 2023

Tabel di atas merupakan hasil yang didapat melalui perhitungan kembali dengan metode *backward*. Perhitungan kembali dengan metode *backward* tersebut bertujuan untuk mendapatkan model persamaan regresi linier. Hasil dari perhitungan dengan metode *backward* tersebut menghasilkan 4 model perhitungan, maka berdasarkan tabel tersebut diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 7,063 + 0,234x_1 + 0,443x_2 + e$$

Hasil persamaan regresi linier berganda yang digunakan adalah pada persamaan model ke empat. Model persamaan ke empat ini dipilih karena nilai hasilnya sudah bersih dan nilai signifikannya di bawah 0,005. Berdasarkan hasil pada model ke empat maka di dapatlah konstanta sebesar 7,063 yang berarti nilai konstanta positif. Hal ini menyatakan bahwa jika Keandalan (X1) dan Bukti Fisik (X5) bernilai 0 (nol) atau tetap (tidak mengalami peningkatan atau penurunan) maka Kepuasan Pelanggan (Y) akan bernilai sebesar 7,063. Dengan kata lain Keandalan (X1) dan Bukti Fisik (X5) akan mempengaruhi Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 7,063.

Uji t

Uji t atau uji parsial dilakukan untuk membuktikan apakah masing-masing variabel independent yaitu (Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati dan juga Bukti Fisik) secara individu berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu (Kepuasan Pelanggan). Dari hasil perhitungan analisis uji t menggunakan SPSS, maka didapat tabel uji t sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.562	2.477		2.649	.009		
	Total Keandalan (Reliability)	.219	.099	.221	2.209	.030	.676	1.480
	Total Daya tanggap (Responsiveness)	.057	.131	.049	.430	.668	.530	1.886
	Total Jaminan (Assurance)	-.102	.130	-.096	-.786	.434	.450	2.220
	Total Empati (Emphaty)	.082	.131	.074	.625	.533	.478	2.093
	Total Bukti Fisik (Tangibles)	.444	.097	.510	4.586	.000	.547	1.828
2	(Constant)	6.847	2.377		2.881	.005		
	Total Keandalan (Reliability)	.235	.092	.237	2.571	.012	.788	1.270

	Total Jaminan (Assurance)	-.091	.127	-.086	-.718	.474	.468	2.135
	Total Empati (Emphaty)	.099	.124	.090	.796	.428	.526	1.902
	Total Bukti Fisik (Tangibles)	.444	.096	.509	4.599	.000	.547	1.827
3	(Constant)	6.553	2.335		2.806	.006		
	Total Keandalan (Reliability)	.217	.088	.218	2.475	.015	.857	1.167
	Total Empati (Emphaty)	.069	.117	.063	.590	.557	.593	1.686
	Total Bukti Fisik (Tangibles)	.414	.087	.475	4.757	.000	.668	1.496
4	(Constant)	7.063	2.162		3.267	.002		
	Total Keandalan (Reliability)	.234	.082	.236	2.851	.005	.967	1.034
	Total Bukti Fisik (Tangibles)	.443	.072	.508	6.138	.000	.967	1.034
a. <i>Dependent Variable:</i> Total Kepuasan Pelanggan								

Sumber data: Data primer yang telah diolah SPSS, 2023

Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan dengan menggunakan program SPSS pada tabel di atas maka dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Variabel Keandalan (X1) menunjukkan nilai signifikansi adalah $0,000 < 0,05$ dan hasil statistik uji t menunjukkan nilai t hitung = **2,209** lebih besar dari pada t tabel **1,985**, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis H_0 di tolak dan H_1 diterima yang berarti untuk variabel Keandalan (X1) terdapat pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.
2. Variabel Daya Tanggap (X2) menunjukkan nilai signifikansi adalah $0,000 < 0,05$ dan hasil statistik uji t menunjukkan nilai t hitung = **0,430** lebih kecil dari pada t tabel **1,985**, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis H_0 di terima dan H_1 ditolak yang berarti untuk variabel Daya Tanggap (X2) mengatakan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.
3. Variabel Jaminan (X3) menunjukkan nilai signifikansi adalah $0,000 < 0,05$ dan hasil statistik uji t menunjukkan nilai t hitung = **-0,785** lebih kecil dari pada t tabel **1,985**, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis H_0 diterima dan H_1 ditolak yang berarti untuk variabel Jaminan (X3) mengatakan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.
4. Variabel Empati (X4) menunjukkan nilai signifikansi adalah $0,000 < 0,05$ dan hasil statistik uji t menunjukkan nilai t hitung = **0,625** lebih kecil dari pada t tabel **1,985**, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis H_0 diterima dan H_1 ditolak yang berarti untuk variabel Empati (X4) mengatakan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.
5. Variabel Bukti Fisik (X5) menunjukkan nilai signifikansi adalah $0,000 < 0,05$ dan hasil statistik uji t menunjukkan nilai t hitung = **4,586** lebih besar dari

pada t tabel **1,985**, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis H_0 di tolak dan H_1 diterima yang berarti untuk variabel Bukti Fisik (X_5) terdapat pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

Uji F

Uji F atau uji simultan dilakukan untuk membuktikan apakah variabel independent yaitu (Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati dan juga Bukti Fisik) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu (Kepuasan Pelanggan). Dari hasil perhitungan analisis uji F menggunakan SPSS, maka didapat tabel uji F sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	264.255	5	52.851	10.773	.000 ^b
	Residual	461.135	94	4.906		
	Total	725.390	99			
2	Regression	263.347	4	65.837	13.537	.000 ^c
	Residual	462.043	95	4.864		
	Total	725.390	99			
3	Regression	260.838	3	86.946	17.967	.000 ^d
	Residual	464.552	96	4.839		
	Total	725.390	99			
4	Regression	259.156	2	129.578	26.959	.000 ^e
	Residual	466.234	97	4.807		
	Total	725.390	99			
a. <i>Dependent Variable:</i> Total Kepuasan Pelanggan						
b. <i>Predictors:</i> (Constant), Total Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>), Total Keandalan (<i>Reliability</i>), Total Daya tanggap (<i>Responsiveness</i>), Total Empati (<i>Emphaty</i>), Total Jaminan (<i>Assurance</i>)						
c. <i>Predictors:</i> (Constant), Total Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>), Total Keandalan (<i>Reliability</i>), Total Empati (<i>Emphaty</i>), Total Jaminan (<i>Assurance</i>)						
d. <i>Predictors:</i> (Constant), Total Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>), Total Keandalan (<i>Reliability</i>), Total Empati (<i>Emphaty</i>)						
e. <i>Predictors:</i> (Constant), Total Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>), Total Keandalan (<i>Reliability</i>)						

Sumber data: Data primer yang telah diolah SPSS, 2023

Berdasarkan hasil uji F pada tabel di atas, dapat diketahui nilai Fhitung sebesar **10,773** dan nilai signifikansi pada sebesar $0,000 < (\alpha) 0,05$, dan nilai F_{tabel} pada tabel distribusi F sebesar **2,31**. Dari nilai-nilai diatas terlihat bahwa nilai Fhitung = **10,773** lebih besar daripada nilai $F_{tabel} = 2,31$. Sehingga dapat disimpulkan sesuai kriteria bahwa pengujian hipotesis bahwa H_0 di tolak dan H_1 diterima. Artinya secara simultan seluruh variabel bebas Keandalan (X_1), Daya Tanggap (X_2), Jaminan (X_3),

Empati (X4) dan Bukti Fisik (X5) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Merujuk pada hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya pada penelitian ini, maka kesimpulan yang dapat ditarik untuk menjawab rumusan masalah yaitu variabel Keandalan dan Bukti Fisik secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Maxim di Kota Palembang, sedangkan variabel Daya Tanggap, Jaminan dan juga Empati secara parsial tidak memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan Maxim di Kota Palembang. Secara simultan variabel Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, dan juga Bukti Fisik memberikan pengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan transportasi *online* Maxim di Kota Palembang.

Saran

Saran yang dapat diberikan oleh peneliti yaitu untuk variabel Keandalan dan juga bukti fisik Maxim bisa mempertahankan kualitas pelayanannya dengan cara meningkatkan kecepatan aplikasi dalam mencarikan atau menemukan *driver*, memberikan *discount* atau promo setiap hari dan Maxim juga bisa tetap mempertahankan standar *safety* dalam berkendara dan membuat program pengecekan berkala untuk kelayakan kendaraan kepada setiap *driver* per-3 bulan sekali. Untuk variabel daya tanggap, jaminan dan juga empati Maxim bisa meningkatkan kualitas pelayanannya dengan cara membuat fitur *reward* jika pelanggan men-*cancel* pesanan tetapi dengan catatan apabila me-*cancel* pesanan tersebut atas persetujuan *driver*, menggunakan peralatan yang masih layak digunakan dengan standar keamanan SNI, dan Maxim juga bisa mengadakan penyediaan masker medis ataupun *showercap* untuk pelanggan yang memerlukan perlatan tersebut selama di perjalanan, serta melakukan pelatihan yang berguna untuk meningkatkan *softskill driver* dalam berbicara seperti *skill* bicara yang *talkative*.

DAFTAR PUSTAKA

- Adji, A. S. (2011). *Transportasi dan pengembangan wilayah*. Graha Ilmu.
- Ghozali. (2016). *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.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium, Jilid 2*. PT Prenhallindo.
- 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.

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

Sudjana. (2005). *Metode Statistika*. Tarsito.

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA, cv.