

**PENGARUH TARIF, KEPERCAYAAN DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN LAYANAN MAXIM *BIKE*
DI KOTA PONTIANAK**

Oleh:

**Gresela Angelina Agus
Program Studi Manajemen**

ABSTRAK

Seiring dengan kemajuan teknologi yang semakin pesat disertai perkembangan internet menjadi peluang bisnis berbasis internet yang memungkinkan bagi para pelaku bisnis menggabungkan internet dengan transportasi seperti ojek *online*. Maxim *Bike* adalah layanan ojek *online* yang ditawarkan oleh perusahaan Maxim yang merupakan perusahaan teknologi transportasi *online* internasional yang berasal dari Rusia. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh tarif, kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan layanan Maxim *Bike* di kota Pontianak. Jenis Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif berupa penelitian asosiatif kausal. Metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian survei. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat kota Pontianak yang pernah menggunakan layanan Maxim *Bike*. Sampel pada penelitian ini adalah masyarakat kota Pontianak yang pernah menggunakan layanan Maxim *Bike* minimal satu kali dengan usia minimal 17 tahun. Jumlah sampel dari penelitian ini berjumlah 100 responden, teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Alat uji analisis yang digunakan adalah SPSS 26 *for windows*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tarif, kepercayaan dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan baik secara parsial maupun secara simultan.

Kata Kunci: Tarif, Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.

RINGKASAN SKRIPSI

PENGARUH TARIF, KEPERCAYAAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN LAYANAN MAXIM *BIKE* DI KOTA PONTIANAK

1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi pada era globalisasi saat ini telah banyak berdampak pada kehidupan manusia sehingga dapat membantu mempermudah aktivitas manusia. Penggunaan internet adalah bukti dari kemajuan teknologi yang sudah menjadi *megatrend*, dengan adanya internet proses untuk menyampaikan dan memperoleh informasi menjadi lebih mudah. Banyak perusahaan-perusahaan yang menjalankan bisnisnya pada bidang transportasi *online* berbasis teknologi karena meningkatnya kebutuhan akan transportasi yang cepat dan mudah. Maxim adalah perusahaan teknologi transportasi *online* internasional yang berasal dari Rusia yang telah beroperasi pada bulan Agustus tahun 2019 di kota Pontianak. Hasil survei dari *Institut for Development of Economics and Finance* (INDEF) tahun 2022 mencatat bahwa Maxim berada pada peringkat ke tiga pada kategori transportasi *online* yang paling sering digunakan. Maxim *Bike* merupakan salah satu dari layanan yang ada pada aplikasi Maxim berupa layanan ojek *online*.

Semakin banyak layanan ojek *online* menyebabkan semakin tinggi persaingan antar penyedia jasa sejenis, hal ini menuntut perusahaan untuk terus mengembangkan inovasinya agar dapat bersaing dengan kompetitornya. Kotler & Keller (2009) mendefinisikan kepuasan sebagai “perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan”. Tarif berperan penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan agar pelanggan tidak beralih ke layanan ojek *online* yang lain. Tarif suatu perusahaan menentukan kedudukan perusahaan tersebut dalam persaingan serta mempengaruhi besar atau kecilnya jumlah penjualan. Kotler & Gary Armstrong (2016) menyatakan “tarif dapat diartikan sama dengan harga, tarif lebih terkait pada besarnya biaya yang harus dikeluarkan konsumen untuk memperoleh jasa pelayanan”. Membangun kepercayaan yang baik adalah salah satu komponen penting dalam menjaga hubungan yang baik dengan konsumen. Kepercayaan akan muncul ketika seseorang sudah terlibat telah mendapatkan kepastian dari pihak lain, dalam kasus ini yang dimaksud adalah penilaian terhadap sebuah jasa transportasi *online* Maxim *Bike* yang telah digunakan. Mowen & Minor (2012) mendefinisikan kepercayaan sebagai “semua pengetahuan yang dimiliki konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen tentang objek, atribut dan manfaatnya”. Kualitas pelayanan suatu perusahaan berperan penting dalam membentuk kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan dalam memenuhi harapan pelanggan. Dalam hal ini pelayanan diartikan sebagai jasa yang disampaikan oleh pemilik jasa yang ditujukan

melalui sikap dalam memberikan pelayanan untuk memenuhi harapan konsumen. Kotler & Keller (2009) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai “suatu pernyataan tentang sikap terhadap perbandingan antara harapan konsumen dengan kinerja suatu perusahaan”.

2. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan, maka dapat di sampaikan rumusan masalah dengan pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah tarif berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan layanan Maxim *Bike* di kota Pontianak?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan layanan Maxim *Bike* di kota Pontianak?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan layanan Maxim *Bike* di kota Pontianak?
4. Apakah tarif, kepercayaan dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan?

3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan pertanyaan penelitian yang telah diuraikan pada rumusan masalah, maka dapat dikemukakan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh tarif terhadap kepuasan pelanggan layanan Maxim *Bike* di kota Pontianak.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan layanan Maxim *Bike* di kota Pontianak.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan layanan Maxim *Bike* di kota Pontianak.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh tarif, kepercayaan dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan layanan Maxim *Bike* di kota Pontianak.

4. Hipotesis Penelitian

1. H1: Tarif Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan.
2. H2: Kepercayaan Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan.
3. H3: Kualitas Pelayanan Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan.
4. H4: Tarif, Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Secara Bersama-sama Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan.

5. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif kausal dengan pendekatan kuantitatif. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disusun menggunakan pertanyaan dengan skala *likert*. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat kota Pontianak yang pernah menggunakan layanan Maxim *Bike*. Sampel pada penelitian ini adalah masyarakat kota Pontianak yang pernah menggunakan layanan Maxim *Bike* minimal satu kali dengan usia minimal 17 tahun. Jumlah sampel dari penelitian ini

berjumlah 100 responden, teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan *software* SPSS versi 26 pengujian dilakukan dengan menganalisis hasil uji instrumen, uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji kelayakan model dan uji hipotesis.

6. Hasil Penelitian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua item dari kuesioner teruji valid dan reliabel. Hasil uji asumsi klasik berdistribusi normal, memiliki hubungan yang linear, tidak terjadi multikolinearitas dan tidak terjadi heterokedastisitas. Berdasarkan uji t dan analisis regresi linear berganda semua hipotesis diterima.

Tarif berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan ditunjukkan dengan nilai koefisien jalur tarif terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,316 dengan nilai signifikansi 0,001 yang berarti lebih kecil dari 0,05, hal ini berarti hipotesis pertama diterima, dengan demikian tarif berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan layanan Maxim *Bike* di kota Pontianak.

Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan ditunjukkan dengan nilai koefisien jalur kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,269 dengan nilai signifikansi 0,002 yang berarti lebih kecil dari 0,05, hal ini berarti hipotesis kedua diterima, dengan demikian kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan layanan Maxim *Bike* di kota Pontianak.

Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan ditunjukkan dengan nilai koefisien jalur kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,305 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 yang berarti lebih kecil dari 0,05, hal ini berarti hipotesis ketiga diterima, dengan demikian kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan layanan Maxim *Bike* di kota Pontianak.

Tarif, kepercayaan dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan ditunjukkan dengan nilai signifikan pada uji F sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, hal ini berarti hipotesis keempat diterima, dengan demikian tarif, kepercayaan dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan layanan Maxim *Bike* di kota Pontianak.

7. Kesimpulan dan Rekomendasi

Kesimpulan:

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa tarif berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Tarif, kepercayaan dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Rekomendasi:

Berdasarkan temuan penelitian ini membuktikan bahwa tarif berpengaruh paling kuat terhadap kepuasan pelanggan sehingga perusahaan Maxim khususnya untuk layanan Maxim *Bike* untuk memperhatikan penetapan tarif yang terjangkau dengan tetap memberikan kualitas pelayanan yang baik dan manfaat kepada pelanggan serta tarif yang mampu bersaing dengan ojek *online* lainnya. Selain itu, saran bagi pihak Maxim *Bike* kedepannya untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan serta meningkatkan kepercayaan konsumen. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, selain itu dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti penggunaan fitur lainnya yang disediakan oleh aplikasi Maxim dan dapat melakukan penelitian perbandingan dengan jasa ojek *online* lainnya serta memperluas ruang lingkup penelitian