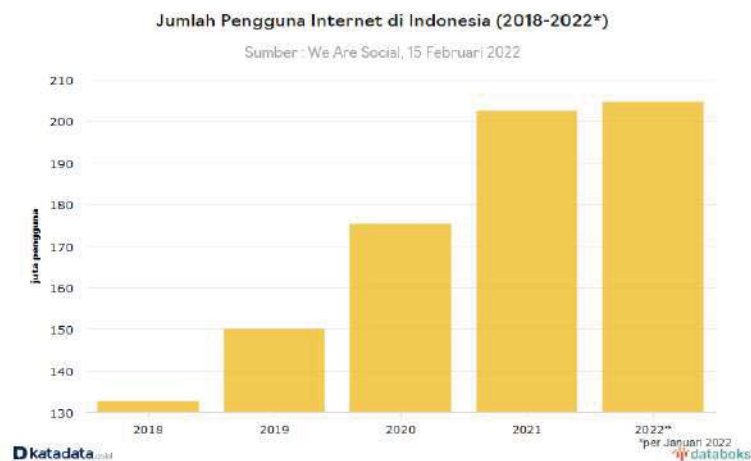


BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

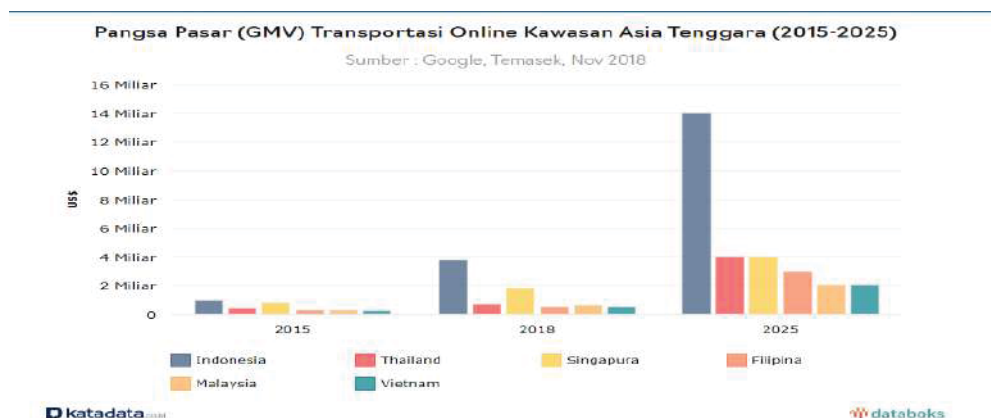
Perkembangan teknologi pada era globalisasi saat ini telah banyak berdampak pada kehidupan manusia sehingga dapat membantu mempermudah aktivitas manusia, dengan adanya bantuan teknologi pekerjaan dapat dilakukan dengan lebih cepat dan lebih mudah. Penggunaan internet adalah bukti dari kemajuan teknologi yang sudah menjadi *megatrend*, dengan adanya internet proses untuk menyampaikan dan memperoleh informasi menjadi lebih mudah. Menurut Khan (2017), internet adalah salah satu media komunikasi *global*, interaktif, serta dapat menyediakan fasilitas yang dibutuhkan konsumen berupa informasi, memberikan kesempatan dalam memperluas jaringan pemasaran, produk, atau pelayanan baru dan meningkatkan kerjasama, serta mengintegrasikan aktivitas secara *online*. Perkembangan internet saat ini membawa pengaruh besar dalam setiap aspek kehidupan manusia termasuk dalam bisnis atau pemasaran.



Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (2018-2022)
Sumber: databoks.katadata.co.id (2022)

Berdasarkan Gambar 1.1 menunjukkan pengguna internet di Indonesia terus meningkat dalam lima tahun terakhir. Terdapat 204,7 juta pengguna internet di Indonesia per Januari 2022, dengan kenaikan sebesar 1,03% dibandingkan jumlah pengguna

internet di Indonesia pada Januari 2021 yang tercatat sebanyak 202,6 juta berdasarkan laporan *We Are Social*. Kenaikan ini menunjukkan orang-orang yang menggunakan internet lebih banyak daripada yang tidak menggunakan internet. Dengan melihat semakin meningkatnya jumlah pengguna internet setiap tahun di Indonesia menjadi peluang bisnis berbasis internet yang memungkinkan bagi para pelaku bisnis menggabungkan internet dengan transportasi seperti ojek *online* maupun taksi *online* (Fauji, 2017). Dalam kehidupan masyarakat jasa transportasi memiliki peranan yang sangat penting untuk membantu mobilitas dalam mendukung pekerjaan sehari-hari. Saat ini transportasi menjadi salah satu sektor bisnis yang potensial untuk dijalankan, adanya perkembangan kemajuan teknologi komunikasi, yang telah mendorong perkembangan bisnis transportasi. Seiring dengan kemajuan teknologi yang semakin pesat disertai perkembangan internet banyak perusahaan-perusahaan yang menjalankan bisnisnya pada bidang transportasi *online* berbasis teknologi karena meningkatnya kebutuhan akan transportasi yang cepat dan mudah. Transportasi *online* merupakan pelayanan jasa transportasi dengan memanfaatkan perkembangan ilmu pengetahuan teknologi berbasis aplikasi *online*. Transportasi *online* memberikan kemudahan dalam pemesanan, efisiensi waktu dan biaya yang menjadi kelebihan dibandingkan dengan transportasi konvensional.

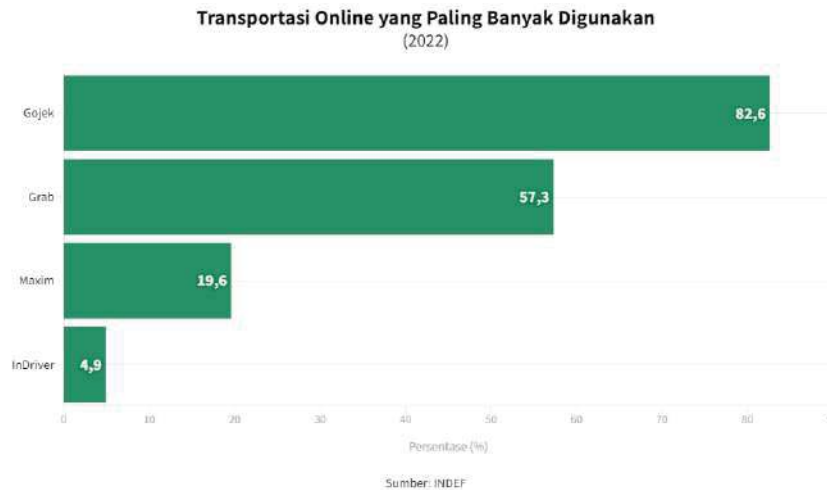


Gambar 1.2 Pangsa Pasar Jasa Layanan Transportasi *Online* Kawasan Asia Tenggara

Sumber : *databoks.katadata.co.id* (2019)

Berdasarkan gambar 1.2 hasil riset Google dan Temasek pangsa pasar (*Gross Merchandise Value/GMV*) layanan transportasi *online* di enam negara kawasan Asia

Tenggara tiap tahunnya meningkat. Pangsa pasar transportasi *online* di Indonesia yang paling tinggi dibanding dengan negara Asia Tenggara lainnya, jumlah penduduk yang mencapai lebih dari 270 juta jiwa serta tumbuhnya pengguna internet merupakan pasar potensial bagi perekonomian yang berbasis internet. Dengan melihat hasil riset tersebut Indonesia menjadi negara yang memiliki peluang yang besar dalam mengembangkan bisnis transportasi *online*.



Gambar 1.3 Jasa Transportasi *Online* Paling Sering digunakan
Sumber: *indef.or.id* (2022)

Berdasarkan Gambar 1.3 hasil survei dari *Institut for Development of Economics and Finance* (INDEF) tahun 2022 mencatat bahwa Gojek menjadi layanan aplikasi transportasi *online* yang paling sering digunakan oleh masyarakat dengan persentase 82,6% Gojek merupakan perusahaan teknologi yang berasal Indonesia yang didirikan oleh Nadiem Makarim pada tahun 2010 kemudian disusul oleh Grab pada peringkat kedua dengan persentase 57,3%, Grab merupakan perusahaan teknologi yang berasal dari Malaysia dan memasuki Indonesia pada tahun 2012 selanjutnya Maxim perusahaan teknologi yang berasal dari Rusia dan memasuki Indonesia pada tahun 2018 dengan persentase 19,6% dan terakhir InDriver, perusahaan teknologi yang berasal dari Rusia dan memasuki Indonesia pada tahun 2019 dengan persentase 4,9%. Aplikasi Maxim tentunya masih memiliki kekurangan yaitu fitur yang dimiliki Maxim tidak selengkap fitur yang dimiliki Gojek dan Grab seperti fitur GoTagihan, GoTix, GoMed, GoPulsa, GoGive, GoSure, GoInvestasi, GoFitness dan GoService yang ada pada aplikasi Gojek

dan fitur hotel, Game TopUp, Asuransi, pulsa/Token dan Kesehatan yang ada pada aplikasi Grab hal tersebut tentunya menjadi pertimbangan bagi pengguna dalam memilih transportasi *online*. Selain itu jika dilihat dari jumlah pengunduh pada *play store* aplikasi Maxim jumlah pengunduhnya mencapai lebih dari lima puluh juta kali memperoleh *rating* 4,8 dengan tiga juta ulasan sedangkan aplikasi Gojek telah diunduh lebih dari seratus juta kali memperoleh *rating* 4,7 dengan lima juta ulasan dan Grab telah diunduh lebih dari seratus juta kali memperoleh *rating* 4,8 dengan sepuluh juta ulasan.

Tabel 1.1
Transportasi *Online* di Kota Pontianak

No	Perusahaan	Layanan Ojek <i>Online</i>	Tahun
1.	Gojek	Go-Ride	2017
2.	Grab	GrabBike	2017
3.	Maxim	Maxim Bike	2019
4.	Anterin	Motor	2019
4.	InDrive	Sepeda Motor	2020
5.	OjekBro	BroRide	2021

Sumber: Data Peneliti (2023)

Berdasarkan tabel 1.1 terdapat lima perusahaan transportasi *online* di kota Pontianak, masing-masing perusahaan transportasi *online* tersebut menyediakan layanan ojek *online* yang dapat memudahkan pelanggan. Ojek *online* merupakan sarana transportasi berbasis aplikasi *online* yang memudahkan pengguna untuk terhubung ke *driver* yang menerima pesanan dan siap mengantar konsumen ketempat tujuan dengan menggunakan motor (Merdiana Ferdila & Kasful Anwar, 2021). Salah satu perusahaan transportasi *online* yang menawarkan layanan ojek *online* di kota Pontianak yaitu Maxim, Maxim adalah perusahaan teknologi transportasi *online* internasional yang berasal dari Rusia, layanan transportasi *online* berskala internasional tersebut mempunyai layanan yang menarik yaitu konsumen bisa menjadwalkan keberangkatannya melalui menu reservasi, pemesanan Maxim dapat dilakukan melalui aplikasi Maxim yang bisa diunduh melalui *play store* dan *app store*. Maxim mulai beroperasi sejak tahun 2003 yang berawal dari taksi kecil di kota Chandrinsk di pegunungan Ural Rusia, pendiri Maxim adalah para insinyur muda yang berasal dari kota Kurgan. Pada tahun 2014 Maxim mulai mengembangkan usahanya ke negara lain di luar Rusia dan membuka cabang di Ukraina,

Kazakhtsan, Georgia, Bulgeria, Tajikistan, Belarusia, Azerbaijan dan Italia, Maxim memasuki pasar Indonesia pada tahun 2018 dan membuka kantor di Jakarta di bawah bendera PT Teknologi Perdana Indonesia. Sampai saat ini aplikasi Maxim telah diunduh sebanyak lebih dari sepuluh juta kali di *google play store* pada sistem operasi android, berstatus sebagai pendatang baru di Indonesia Maxim disebut sebagai penantang transportasi *online* serupa yaitu Gojek dan Grab.

Tabel 1.2
Layanan Maxim

No	Fitur	Layanan
1.	<i>Bike</i>	Pada fitur <i>bike</i> ini menyediakan layanan transportasi <i>online</i> menggunakan roda dua atau kendaraan motor.
2.	<i>Food</i>	Fitur <i>food</i> menyediakan layanan belanja makanan dan produk langsung dengan <i>Maxim Merchant</i> .
3.	<i>Delivery</i>	Fitur <i>delivery</i> menyediakan tiga layanan yaitu: <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Food&shop</i>: pesan antar makanan atau pembelian produk serta barang-barang lainnya di toko. 2. <i>Delivery</i>: layanan kurir yang bertugas mengantar paket atau barang dari satu pihak ke pihak lainnya. 3. <i>Car Delivery</i>: pengiriman makanan dan produk, pengantaran dengan mobil.
4.	<i>Life</i>	Fitur <i>life</i> menyediakan dua layanan yaitu: <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Massage&SPA</i>: Maxim memenuhi kebutuhan untuk pengguna yang ingin di pijat atau SPA. 2. <i>Cleaning</i>: layanan kebersihan dalam ruangan
5.	<i>Car</i>	Fitur <i>Car</i> menggunakan mobil dan layanan Max car tersedia dalam tiga tipe: <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Car</i>: Untuk perjalanan sehari-hari. Tidak lebih dari empat orang penumpang. 2. <i>Car L</i>: Rombongan kecil hingga enam orang dan memiliki bagasi besar.

		3. <i>Rent a car</i> : layanan sewa mobil minimal satu jam.
6.	<i>Cargo</i>	Fitur <i>cargo</i> menyediakan layanan pengangkutan muatan di dalam kota dan antarkota.

Sumber: Aplikasi Maxim (2023)

Berdasarkan tabel 1.2 selain fitur ojek *online* atau *Bike*, Maxim memiliki enam fitur dan masing-masing terbagi menjadi beberapa layanan yang dapat dipesan oleh pengguna. Fitur *Bike* pada Maxim menjadi layanan yang paling sering digunakan oleh masyarakat Indonesia, Maxim *Bike* merupakan layanan yang ada pada aplikasi Maxim dimana pengguna memesan motor untuk mengantar ke lokasi tujuan dan akan diantar oleh *driver* Maxim. Dilansir dari berita *id.taximaxim.com* Senin (15/06/2020), Maxim sudah menyelesaikan lebih dari 16 juta jumlah order selama dua tahun di Indonesia. 70% dari total order, diperoleh dari layanan Maxim *Bike*. Berdasarkan pernyataan tersebut layanan Maxim *Bike* menjadi layanan yang paling banyak diminati oleh konsumen Maxim Indonesia.

Sampai saat ini Maxim sudah beroperasi di 120 wilayah di Indonesia dengan jutaan pengguna dan ratusan ribu mitra pengemudi, kota Pontianak menjadi salah satu kota dengan hadirnya layanan Maxim yang telah telah beroperasi pada bulan Agustus tahun 2019. Selain membantu dibidang transportasi kehadiran Maxim juga membantu masyarakat dalam mengurangi angka pengangguran di kota Pontianak, Maxim menyediakan *platform* bisnis bagi kalangan masyarakat baik mahasiswa maupun pekerja yang membutuhkan penghasilan sampingan dengan cara mendaftar sebagai mitra atau *driver* Maxim. Kehadiran Maxim disambut baik oleh masyarakat kota Pontianak dengan jumlah penduduk 673.129 jiwa pada semester I tahun 2022, pertumbuhan penduduk kota Pontianak dari tahun 2021 sampai dengan tahun 2022 mengalami kenaikan sebanyak 402 jiwa (*disdukcapil.pontianakkota.go.id*). Berdasarkan dari data jumlah penduduk di Kota Pontianak, hal tersebut menunjukkan bahwa kota Pontianak memiliki kebutuhan yang tinggi akan moda transportasi. Tersedianya transportasi umum yang mudah dijangkau menjadi peluang besar dalam bidang transportasi, dengan hadirnya transportasi berbasis aplikasi *online* dengan menawarkan layanan ojek *online* menjadi alternatif

dalam menghadapi kondisi mobilitas masyarakat Pontianak yang intensitasnya semakin tinggi.

Bisnis transportasi *online* adalah sektor bisnis yang memiliki pangsa pasar yang besar dan potensial sehingga menimbulkan persaingan yang semakin ketat dengan bermunculannya perusahaan-perusahaan sejenis dalam bidang transportasi. Hal tersebut menjadi tantangan besar bagi perusahaan transportasi *online* dalam memenangkan persaingan pasar. Setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama, kunci utama memenangkan persaingan adalah dengan cara memberikan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian jasa yang berkualitas dengan tarif bersaing, dengan semakin banyaknya perusahaan yang menawarkan jasa, maka konsumen mempunyai pilihan yang semakin banyak sehingga hak-hak konsumen juga mulai mendapatkan perhatian besar terutama aspek keamanan dalam pemakaian barang atau jasa tertentu (Fandy Tjiptono, 2014). 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. Berdasarkan konsep pemasaran, dalam mencapai tujuan perusahaan adalah dengan cara mengetahui apa kebutuhan dan keinginan dari konsumen (Kotler & Armstrong, 2016). Dalam konsep ini kepuasan konsumen ojek *online* Maxim *Bike* adalah hal yang diutamakan, sehingga dalam menghasilkan jasa harus memperhatikan apa yang mampu memuaskan kebutuhan dan keinginan dari konsumen bukan berdasarkan keinginan perusahaan Maxim saja. Kepuasan yang dirasakan pelanggan akan menjadi penentu pilihan selanjutnya karena pada saat-saat tertentu konsumen juga menggunakan layanan ojek *online* lainnya yang akan menjadi faktor pembanding. Kotler & Keller (2009) mendefinisikan kepuasan sebagai “perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan”. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, maka pelanggan merasa tidak puas, jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, maka pelanggan merasa puas, jika kinerja melebihi ekspektasi, maka pelanggan akan merasa sangat puas. Pelanggan Maxim *Bike* akan merasa puas apabila kinerja jasa ojek *online* Maxim sesuai dengan harapan atau keinginan sehingga tidak mengecewakan pelanggan.

Tarif berperan penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan agar pelanggan tidak beralih ke layanan ojek *online* yang lain. Agar dapat sukses dalam memasarkan jasa, setiap perusahaan harus menetapkan tarif yang tepat dengan tetap memperhatikan kualitas pelayanan dan manfaat yang diberikan, tarif yang terjangkau serta tarif yang mampu bersaing dengan perusahaan yang menyediakan jasa yang sama (Nurimin Arianto, *et al* 2021). Tarif menjadi salah satu atribut penting yang dievaluasi oleh konsumen sehingga perusahaan perlu memahami peran tersebut dalam mempengaruhi sikap konsumen terhadap suatu jasa. Tarif suatu perusahaan menentukan kedudukan perusahaan tersebut dalam persaingan serta mempengaruhi besar atau kecilnya jumlah penjualan. Menurut Lumayanti Ritonga & M. Hilman Fikri (2021) tarif dapat diartikan sama dengan harga, tarif lebih terkait pada besarnya biaya yang harus dikeluarkan konsumen untuk memperoleh jasa pelayanan. Dengan demikian tarif merupakan harga suatu jasa, Tjiptono (2014) menyatakan bahwa “harga dijadikan sebagai indikator dari manfaat yang diperoleh konsumen atas jasa yang diterima, hal tersebut berkaitan erat dengan sebuah nilai yang diperoleh konsumen atas harga”. Jadi, pada tingkat tarif tertentu, bila manfaat yang dirasakan konsumen meningkat, maka nilainya akan meningkat juga demikian pula sebaliknya pada tingkat tarif tertentu, nilai suatu jasa akan meningkat seiring dengan meningkatnya manfaat yang dirasakan, apabila nilai yang dirasakan pelanggan semakin tinggi, maka akan menciptakan kepuasan pelanggan yang maksimal terhadap jasa tersebut.

Tabel 1.3
Tarif Ojek *Online* Pontianak

No	Transportasi <i>Online</i>	Tarif
1.	Gojek (<i>GoRide</i>)	- Perjalanan 4 KM pertama Rp 13.500 - Tarif berikutnya Rp 2.300/km
2.	Grab (<i>GrabBike</i>)	- Perjalanan 4 KM pertama Rp 10.500 - Tarif berikutnya Rp 2.300/km
3.	Maxim (<i>Maxim Bike</i>)	- Perjalanan 4 KM pertama Rp 10.200 - Tarif berikutnya Rp 2.200/km - Waktu tunggu gratis untuk 5 menit, selanjutnya Rp 500/menit
4.	Indrive (<i>Motor</i>)	- Perjalanan 4 KM pertama Rp 10.000 - Tarif berikutnya Rp 2.600/km

5.	OjekBro (<i>BroRide</i>)	- Perjalanan 3 KM pertama Rp 10.000 - Tarif berikutnya Rp 2.000/km
6.	Anterin (Sepeda Motor)	- Perjalanan 4 KM pertama Rp 8.000 - Tarif berikutnya Rp 3.200/km

Sumber: Aplikasi Transportasi *Online* (2023)

Berdasarkan tabel 1.2 menunjukkan perbandingan tarif dari masing-masing layanan ojek *online* di Pontianak, Maxim menetapkan tarif untuk layanan Maxim *Bike* sebesar Rp 10.200 untuk perjalanan 4 KM pertama kemudian tarif berikutnya sebesar Rp 2.200 per KM, Maxim juga menetapkan waktu tunggu berbayar yaitu ketika *driver* sudah sampai di titik penjemputan sistem akan menghidupkan waktu tunggu gratis selama lima menit, kemudian ketika pelanggan telah melewati waktu tunggu tersebut waktu tunggu berbayar akan berjalan secara otomatis. Dapat disimpulkan bahwa Maxim *Bike* menawarkan tarif yang terjangkau dan mampu bersaing dengan jasa ojek *online* lainnya.

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 ojek *online* Maxim *Bike* yang telah digunakan. Siagian & Cahyono (2014) mendefinisikan kepercayaan sebagai “sebuah keyakinan dari salah satu pihak mengenai maksud dan perilaku yang ditujukan kepada pihak yang lainnya”. Kepercayaan akan timbul ketika konsumen telah mendapatkan kepastian dari pihak Maxim *Bike*, jika kepercayaan sudah timbul antara pelanggan dan perusahaan, maka usaha untuk membina kerjasama menjadi lebih mudah, kepercayaan timbul ditunjukkan oleh kredibilitas yang diperoleh dari pihak Maxim *Bike* karena memiliki keahlian yang dikehendaki untuk melakukan suatu tugas. Kepercayaan akan faktor keselamatan dalam berkendara merupakan hal penting yang harus diperhatikan *driver* Maxim *Bike* pada aspek kepercayaan, selain itu kepercayaan pelanggan akan terbentuk ketika informasi yang diberikan sesuai dengan fakta yang sesungguhnya. Adanya kepercayaan pelanggan terhadap jasa perusahaan dikarenakan penilaian pelanggan terhadap jasa tersebut dengan apa yang pelanggan rasakan, oleh karena itu membangun rasa percaya pelanggan terhadap suatu jasa yang ditawarkan menjadi sangat penting agar tingkat kepercayaan menjadi tinggi dan tercipta kepuasan pelanggan.

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”. Menerapkan strategi meningkatkan kualitas pelayanan adalah salah satu upaya untuk mengatasi rendahnya tingkat kepuasan pelanggan, kualitas dapat terpenuhi apabila perusahaan bisa memberikan pelayanan sesuai dengan harapan pelanggan. Beberapa hal yang harus diperhatikan oleh layanan *Maxim Bike* dari segi pelayanan yaitu kendaraan yang digunakan harus dalam keadaan layak serta kelengkapan atribut yang dipakai, kecepatan dan ketepatan dalam proses pelayanan, keamanan yang diberikan, komunikasi yang baik dengan pelanggan serta kepedulian dalam membantu pelanggan. Hal tersebut harus diperhatikan agar tidak menjadi pemicu timbulnya masalah pelayanan yang bisa menimbulkan ketidakpuasan pelanggan layanan *Maxim Bike*.

Pada penelitian terdahulu terdapat *Research Gap* terkait pengaruh tarif, kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil Penelitian yang dilakukan oleh Fia Apriani Marlina (2014) yang menyatakan bahwa tarif tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Niken Oktaviasari & N. Rachma (2019) menyatakan bahwa tarif berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Devi Suryani, Ermansyah & Saipul Al Sukri (2021) menyatakan bahwa kepercayaan atau *trust* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Evi Selvi (2021) menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selanjutnya hasil penelitian yang dilakukan oleh Ratna Komala & Evi Selvi (2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nuraeni (2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Tarif, Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Layanan Maxim *Bike* di Kota Pontianak”**.

1.2. Rumusan Masalah

1.2.1. Pernyataan Masalah

Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan pada latar belakang penelitian diatas, maka dapat diketahui bahwa saat ini Maxim *Bike* sedang menghadapi persaingan antar sesama pelaku usaha dibidang ojek *online*. Hal ini menuntut Maxim *Bike* untuk semakin mampu menetapkan tarif yang terjangkau dan mampu bersaing, membangun kepercayaan yang baik bagi pelanggan serta menerapkan kualitas pelayanan yang baik dalam upaya mempertahankan dan meningkatkan pelanggannya. Apabila hal ini terabaikan maka akan berdampak pada kegagalan menguasai pasar.

1.2.2. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan diatas, 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 layanan Maxim *Bike* di kota Pontianak?

1.3. 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.

1.4. Kontribusi Penelitian

Dengan disusunnya penelitian ini, peneliti berharap dapat memberikan kontribusi teoritis dan kontribusi praktis sebagai berikut:

1.4.1. Kontribusi Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi untuk menambah pengetahuan dan studi literatur bagi pengembangan ilmu manajemen pemasaran yang berfokus pada variabel tarif, kepercayaan, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

1.4.2. Kontribusi Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pihak manajemen Maxim di Kota Pontianak untuk selalu memperhatikan penentuan tarif yang tepat, membangun kepercayaan yang baik bagi pelanggan serta selalu meningkatkan kualitas pelayanan yang baik sehingga akan berdampak pada kepuasan yang optimal agar dapat menjadikan Maxim *Bike* sebagai pilihan utama masyarakat dalam memilih ojek *online* di Kota Pontianak.

1.5. Gambaran Kontekstual Penelitian

Maxim adalah perusahaan transportasi *online* yang berasal dari Rusia, Maxim berdiri sejak tahun 2003, pada awalnya Maxim adalah layanan taksi di sebuah kota yang bernama Chardinsk yang berada di pegunungan Ural, Rusia. Perusahaan Maxim didirikan oleh para Insinyur muda dari kota Kurgan yang merupakan ahli dibidang

teknologi pembuatan dan proses produksi komputer. Perusahaan Maxim kemudian membuka cabang di negara Ukraina, Kazakhstan, Georgia, Bulgaria, Tajikistan, Belarusia, Azerbaijan dan Italia pada tahun 2014. Pada juli 2018 perusahaan Maxim menjadikan Indonesia sebagai target pasarnya, berada dalam naungan PT. Teknologi Perdana Indonesia saat ini perusahaan Maxim telah mengembangkan bisnisnya dan beroperasi di 120 kota di Indonesia. Pada bulan Agustus 2019 perusahaan Maxim hadir di kota Pontianak, dengan melihat pertumbuhan penduduk di kota Pontianak yang setiap tahun meningkat tentunya kehadiran layanan ojek *online* seperti Maxim *Bike* sangat dibutuhkan bagi masyarakat dalam membantu aktivitas, kehadiran transportasi berbasis aplikasi sangat membantu dalam mengefisienkan waktu. Aplikasi Maxim memiliki menu reservasi yaitu konsumen bisa menjadwalkan keberangkatannya atau memesan lebih awal agar tidak telat menuju lokasi tujuan.

Pada saat ini perusahaan Maxim bukan hanya berfokus pada taksi namun sudah berkembang pada layanan transportasi *online* lainnya, perusahaan Maxim menawarkan sebelas layanan yang dapat di pesan oleh pengguna layanan Maxim yaitu: layanan *Bike*, *Food*, *food&shopp*, *Delivery*, *Car Delivery*, *Massage&SPA*, *Cleaning*, *Car*, *Car L* dan *Rent a Car*. Layanan Maxim *Bike* menjadi layanan yang paling sering digunakan oleh pengguna Maxim di Indonesia, Maxim *Bike* merupakan layanan pesan antar menggunakan kendaraan roda dua atau motor oleh *driver* Maxim ke lokasi tujuan konsumen atau disebut juga dengan nama ojek *oline*. Dengan adanya layanan Maxim *Bike* menjadi solusi bagi masyarakat untuk mencapai lokasi tujuan dengan lebih cepat, mengingat kondisi sekarang ada beberapa titik jalan yang sering mengalami kemacetan, selain itu hadirnya layanan Maxim *Bike* menjadi solusi utama bagi pelajar, mahasiswa maupun masyarakat umum yang tidak memiliki kendaraan pribadi tentunya sangat membantu dalam beraktivitas seperti ke sekolah, ke kampus, pergi belanja atau pergi ke tempat kerja.



Gambar 1.4 Tampilan Aplikasi Maxim

Sumber: Aplikasi Maxim (2023)

Cara mendaftar menjadi pengguna Maxim yaitu dengan cara:

1. Mengunduh aplikasi Maxim di *Playstore* ataupun *Appstore*
2. Buka aplikasi Maxim
3. Mendaftar dengan nomor *handphone* yang aktif
4. Isi semua data agar memudahkan *driver* mengenal pengguna, isi nama lengkap dan email yang aktif
5. kemudian aplikasi Maxim siap digunakan.

Cara memesan layanan Maxim *Bike* pada aplikasi Maxim yaitu:

1. Pada tampilan beranda pilih menu *Bike*.
2. Pengguna mencantumkan lokasi penjemputan dan lokasi tujuan.
3. Pilih kapan pengguna menjalankan *order* melalui menu reservasi serta pembayaran apa yang akan digunakan.
4. Pada menu preferensi yang berguna untuk pengguna yang ingin menambah catatan, membayar dengan menggunakan pecahan uang berapa dan mengisi nomor yang bisa dihubungi.
5. Muncul tarif yang harus pengguna bayar
6. Selanjutnya klik *order/memesan*
7. Selesai, silakan menunggu *driver* Maxim *Bike* menjemput.