

**“ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PELAYANAN JASA
TRANSPORTASI ONLINE DIBANDAR LAMPUNG”**

MATA KULIAH : METODE PENELITIAN ADMINISTRASI PUBLIK

Dosen Pengampu :

Intan Fitri Meutia, S.A.N., M.A., Pn.D



Disusun Oleh :

OLIVIA FEBRINA

(2256041052)

PRODI ILMU ADMINISTRASI NEGARA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS LAMPUNG

2023

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Transportasi merupakan kebutuhan kedua atau kebutuhan turunan dari kebutuhan ekonomi masyarakat. Peranan transportasi pada pembangunan wilayah secara menyeluruh telah membawa dampak yang luar biasa terutama sekali pada hubungan antar berbagai wilayah (aksesibilitas). Transportasi mencakup beberapa hal dalam kaitannya dengan perpindahan dari suatu tempat ke tempat lainnya seperti misalnya infrastruktur jalan raya, moda transportasi, hingga pada manajemen pengelolaannya yang dilakukan oleh pengambil kebijakan maupun perencanaan. Transportasi merupakan komponen utama berfungsinya suatu kegiatan ekonomi, sosial, budaya, dan politik masyarakat. Tingkat mobilitas dan perekonomian serta pola kehidupan masyarakat era kaitannya dengan ketersediaan fasilitas transportasi. Transportasi sebagai sistem mencakup prasarana dan sarana, mempunyai sub sistem yang saling terkait sehingga mewujudkan pergerakan yang efisien dan efektif. Transportasi merupakan ilmu terapan, multidisiplin (melibatkan berbagai cabang ilmu).

Jasa merupakan suatu aktivitas yang memberikan pelayanan dan manfaat oleh penyedia jasa kepada pelanggan dan tidak menghasilkan suatu kepemilikan. Belakangan ini bisnis jasa di Indonesia telah mengalami perkembangan yang sangat pesat dari tahun ke tahun. Perkembangan dalam sektor jasa yang semakin pesat ini berdampak pada persaingan perusahaan dalam menarik minat beli konsumen semakin ketat, sehingga setiap perusahaan yang bergerak dibidang jasa berusaha memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggan dan bahkan memberikan potongan harga khusus pada setiap pembelian, hal ini dilakukan demi menarik hati konsumen.

Globalisasi yang terjadi saat ini di setiap negara tanpa terkecuali Indonesia telah banyak merubah aspek kehidupan seperti budaya, ekonomi, dan pendidikan. Salah satu dari globalisasi ini adalah perubahan perilaku dan gaya hidup masyarakat tidak terlepas dari perkembangan teknologi, informasi dan komunikasi yang semakin modern. Berkat dari Perkembangan teknologi, informasi dan komunikasi telah menyebabkan banyak perubahan sosial dalam masyarakat dan kehidupan sosial dari segi hukum. Terlihat dalam satu aspek kehidupan masyarakat yang mengalami perubahan besar adalah penyedia layanan pengiriman berbasis aplikasi atau online yang berkembang di masyarakat.

Transportasi dalam kamus hukum didefinisikan sebagai memindah pengangkutan barang atau orang dari satu tempat ke tempat lain oleh pengangkut. Secara khusus pergerakan barang dan orang dari daerah ke tempat tujuan harus dilakukan dengan lancar atau cepat, aman, teratur,

bertanggung jawab dan ekonomis. Dengan segala informasi kualitas pelayanan yang diberikan sebelumnya, para pengguna jasa transportasi dapat memilih moda transportasi yang sesuai dengannya, karena setiap orang memiliki kebutuhan transportasi dengan berbagai alasan.⁷ Sedangkan kata online atau dalam bahasa Indonesia daring. Menurut KBBI, daring diartikan sebagai jaringan atau koneksi melalui jaringan komputer atau internet.

Dilihat dari perkembangan sistem transportasi Indonesia, beberapa perusahaan besar bersaing memperebutkan perusahaan transportasi di lini produksi, dan Maxim salah satunya. Transportasi online sendiri telah beroperasi di hampir seluruh kota besar di Indonesia salah satunya di kota Bandar Lampung. Salah satu penyedia jasa transportasi online yang terdapat di Bandar Lampung ialah Maxim bike. Melihat dari pemakaian transportasi online tersebut merupakan sebagian keunggulan yang dipunyai jika dibandingkan dengan transportasi konvensional. Namun, perkembangan transportasi online yang begitu pesat tidak diikuti menggunakan peningkatan yang berasal dari aspek keamanan, keselamatan, maupun ketenangan yang berasal dari pengguna jasa transportasi online Maxim, khususnya yang ada di wilayah kota Bandar Lampung.

Bandar Lampung sebagai Ibu Kota Lampung dan sebagai pusat perekonomian bagi masyarakat Lampung tentu memiliki banyak transportasi berbasis aplikasi, salah satu perusahaan penyedia jasa layanan transportasi berbasis aplikasi yaitu, maxim. Namun, maxim bukan menjadi satu-satunya perusahaan transportasi berbasis aplikasi yang cukup dikenal di Bandar Lampung. Selain maxim ada juga perusahaan lain yaitu gojek dan grab. Persaingan juga tentu terjadi antara maxim, gojek dan grab. Semua memberikan pelayanan yang hampir sama mulai dari mengantarkan orang dengan biaya yang berbeda-beda tetapi dengan sistem pemesanan yang sama yaitu pemesanan melalui aplikasi dengan menggunakan media internet.

Namun, dalam hal ini maxim memiliki keunggulan yaitu memiliki tarif yang lebih murah per 1-4 Km dibandingkan dengan gojek dan grab, data diambil melalui masing-masing aplikasi untuk mengecek range harga tersebut. Harga yang dikenakan gojek dan grab dengan tujuan yang sama dikenakan tarif Rp12.000, berbeda dengan maxim yang hanya dikenakan tarif Rp8.000. Berdasarkan perbedaan tersebut tarif maxim memiliki tarif lebih murah dan memiliki selisih Rp4.000. Namun meski memiliki keunggulan dalam tarif maxim tidak serta merta menarik pelanggan untuk memilih layanan transportasi online di aplikasi tersebut. Terdapat beberapa faktor yang menyebabkan masyarakat memilih layanan transportasi online.

Maxim masih memiliki kekurangan dalam hal ini seperti di dalam aplikasi tersebut masih belum bisa memberikan rating ketika sesudah memesan layanan transportasi tersebut berbeda dengan kompetitornya yang bisa memberikan rating sampai bintang 5 maxim hanya memberikan jempol keatas dan kebawah untuk memberi penilaian kepada driver nya, yang mana hal tersebut kurang efektif dikarenakan pemesan aplikasi maxim tersebut tidak bisa melihat kualitas driver yang akan menjemputnya. Sebagai contoh, dalam hal ini menyebabkan masih banyaknya oknum-oknum nakal yang masih menjadi driver maxim. Dapat dilihat dari berita yang beredar di media online, masih terlihat bahwa driver maxim yang melanggar aturan

Adapun kerugian nyata yang dialami pengguna jasa seperti luka fisik contohnya yang terjadi belum lama ini yaitu adanya kasus pelecehan seksusal antara sopir Maxim bike kepada konsumennya yang terjadi di kota Bandar Lampung, sedangkan kerugian immaterill merupakan kerugian atas kehilangan keuntungan atau manfaat yang dialami pengguna jasa atas apa yang menyimpannya contohnya saja seperti driver/pengemudi ugal-ugalan, kedatangan pengemudi tidak sesuai dengan waktu yang dijanjikan, pengemudinya kurang sopan, pengemudinya meminta cancel pemesanan, perubahan tarif secara mendadak, kendaraan tidak sesuai dengan yang ada di aplikasi, serta pesanan rusak ditangan pengemudi. Hal ini sebelumnya telah dilakukan penelitian oleh penulis yang dimulai dari bulan Desember hingga bulan Februari. Melihat adanya hal ini banyak sekali kerugian konsumen yang didapat, sehingga perlu adanya pengetahuan mengenai perlindungan konsumen yang ada di Maxim.

Di era ini masyarakat mempunyai aktivitas yang beraneka ragam dan memenuhi aktivitas tersebut masyarakat memerlukan adanya transportasi sebagai alat bantu dalam melakukan aktivitasnya. Oleh karna itu pengusaha jasa transportasi berlomba lomba menarik konsumennya dengan meningkatkan pelayanannya, kemudahan pemesanan, kenyamanan armada, harga, ketepatan waktu, dan lain sebagainya. Di Indonesia banyak sepeda motor juga melakukan fungsi sebagai kendaraan umum yaitu mengangkut orang atau jasa barang dan memungut biaya yang di sepakati. Transportasi merupakan sarana perkembangan yang penting dalam memperlancar roda perekonomian dan mempengaruhi semua aspek kehidupan. Transportasi dapat membantu perekonomian yang baik di suatu daerah bahkan di suatu negara. Semakin baik dan tertatanya transportasi di suatu daerah akan semakin baik pula perekonomiannya. Tak terkecuali dengan model transportasi yang mungkin sudah tak asing dan sedang populer dimasyarakat Bandar lampung yaitu Maxim.

Kehadiran jasa transportasi berbasis aplikasi online yang menggunakan internet seperti gojek, grab dan maxim di Indonesia merupakan salah satu solusi masyarakat untuk melakukan pekerjaan yang lebih efektif dan efisien khususnya di kota-kota besar, sebelum hadirnya transportasi berbasis aplikasi masyarakat hanya dapat menggunakan cara konvensional untuk menggunakan transportasi umum seperti ojek, bis umum, angkot atau taksi konvensional. Sering kali pilihan transportasi konvensional yang ada tidak dapat sepenuhnya diandalkan oleh

masyarakat khususnya masyarakat perkotaan yang memiliki mobilitas yang tinggi, pilihan transportasi umum konvensional memiliki beragam faktor minus, seperti ketidakpastian lokasi transportasi harus berjalan mencari halte, terminal, pangkalan ojek atau taksi terlebih dahulu, ketidakpastian waktu berangkat, keamanan dan kenyamanan yang kurang.

Transportasi online muncul di tengah kondisi sistem transportasi di Indonesia yang belum tertata dengan baik. Beberapa perusahaan besar berlomba untuk membentuk perusahaan transportasi berbasis aplikasi online, beberapa di antaranya adalah gojek, grab maupun maxim. Bagi sebagian orang transportasi online merupakan solusi atas sistem transportasi yang masih buruk, namun di sisi lain merupakan masalah bagi orang-orang yang menggantungkan hidup dari jasa transportasi yang tidak mengandalkan teknologi. Transportasi online menawarkan kemudahan, biaya yang lebih murah, kenyamanan dan keamanan yang lebih terjamin, maka tidak mengherankan jika banyak orang yang beralih dari moda transportasi konvensional ke moda transportasi online. Seiring dengan waktu, kehadiran transportasi online ini menimbulkan kecemburuan sosial bagi transportasi konvensional yang sudah ada sebelumnya, baik ojek pangkalan, taksi, bus dan lain sebagainya.

Sebagai salah satu penyedia jasa transportasi online perusahaan maxim harus lebih mengedepankan kenyamanan dan keamanan untuk penggunanya, karena bukan hal yang asing bahwa transportasi online sudah menjadi bagian dari salah transportasi penting karena aksesibilitas, transparansi dan harga yang pasti. Memberikan keselamatan, keamanan dan kenyamanan harus menjadi perhatian utama perusahaan pemberi jasa transportasi online. Karena masih sering terjadi aksi kejahatan dalam bentuk penipuan serta pelecehan seksual yang dialami pengguna jasa layanan tersebut dan ada pula pelanggaran privasi dan penyalahgunaan nomor pribadi. Seharusnya perusahaan transportasi online mempunyai fitur yang merahasiakan nomor pengguna. Hal ini sesuai dengan Peraturan Menteri Perhubungan nomor 118 Tahun 2018 Pasal 31B dan Peraturan Menteri Perhubungan nomor 12 Tahun 2019 Pasal 17B, yakni menjamin kerahasiaan dan keamanan data pengguna jasa. Dalam meminimalisir terjadinya penyimpangan dan kejahatan di transportasi online perusahaan transportasi online khususnya maxim harus memiliki fitur keamanan yang terintegrasi dan mengedepankan prinsip pencegahan agar dapat semakin dipercaya oleh masyarakat demi menjangkau pelanggan lebih banyak lagi.

Bandar Lampung sebagai Ibu Kota Lampung dan sebagai pusat perekonomian bagi masyarakat Lampung tentu memiliki banyak transportasi berbasis aplikasi, salah satu perusahaan penyedia jasa layanan transportasi berbasis aplikasi yaitu, maxim. Namun, maxim bukan menjadi satu-satunya perusahaan transportasi berbasis aplikasi yang cukup dikenal di Bandar Lampung. Selain maxim ada juga perusahaan lain yaitu gojek dan grab. Persaingan juga tentu terjadi antara maxim, gojek dan grab. Semua memberikan pelayanan yang hampir sama mulai dari mengantarkan orang dengan biaya yang berbeda-beda tetapi dengan sistem pemesanan yang sama yaitu pemesanan melalui aplikasi dengan menggunakan media internet.

Teknologi transportasi dalam perkembangannya telah mengubah hampir seluruh wajah dunia, sehingga perubahan dari banyak kota-kota tradisional menuju kepada kota-kota modern saat ini masih dapat ditarik hubungannya secara jelas dengan pengaruh teknologi transportasi. Maka transportasi sebagai jembatan perkembangan suatu wilayah hingga pada negara suatu bangsa sudah menjadi kebutuhan yang tidak dapat diabaikan lagi. Perhatian pada pengembangan sistem transportasi saat ini telah menjadi perhatian khusus dengan berbagai sudut pandang.

Teknologi transportasi merupakan perkembangan lebih lanjut dari pilihan orang untuk mempermudah pergerakan dalam memenuhi segala kebutuhan hidupnya. Adanya zona/wilayah sebagai kesatuan asal dan tujuan pergerakan yang dilalui dengan menggunakan alat angkut (teknologi transportasi) yang memuaskan penggunaannya akan membentuk sebuah sistem pergerakan yang biasa disebut dengan sistem transportasi. Saat ini berbagai perkembangan sistem transportasi semakin ditunjang oleh majunya sistem pengelolaan yang mengkombinasikan hubungan antar zona pergerakan dengan kebutuhan alat angkutnya.

Menurut Kotler (2018:1378) secara umum kepuasan (satisfaction) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka. Teori yang menjelaskan bagaimana kepuasan dan ketidakpuasan merupakan dampak dari perbandingan antara harapan konsumen sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh konsumen dari produk yang dibeli tersebut. Ketika konsumen membeli suatu produk, maka konsumen memiliki harapan tentang bagaimana produk itu berfungsi. Apabila produk berfungsi lebih baik dari yang diharapkan maka konsumen akan merasa puas. Menurut Kotler dan Keller (2009) dalam Sunyato (2013:117) faktor utama penentu kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa.

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya (Umar 2005:65). Tjiptono (2014) kepuasan pelanggan merupakan situasi yang ditunjukkan oleh pelanggan ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik. Dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah suatu perasaan senang atau kecewa yang dirasakan oleh pelanggan setelah menerima pelayanan dan membandingkan hasil kinerja yang dirasakan dengan harapannya.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Menurut Parasuraman et al 1988, yang dikutip (Tjiptono, 2019:305) kualitas pelayanan memberikan layanan dengan segera dan memuaskan (reability), keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan yang tanggap (responsiveness), pengetahuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya para staff; bebas bahaya, resiko atau keraguan (assurance),

kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan (empathy), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi (tangibles).

Tjiptono (2014) berpendapat bahwa suksesnya suatu produk atau jasa ditentukan dari pelayanan yang baik dan juga harga yang terjangkau. Jadi dapat dikatakan bahwa harga dan kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat terhadap kepuasan pelanggan. Harga merupakan suatu faktor pendorong bagi pelanggan untuk dapat membeli dan menggunakan jasa. Selain harga kualitas dalam memberikan pelayanan juga sangat berpengaruh dalam proses keputusan pembelian pelanggan, jika pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan maka pelanggan akan kembali menggunakan jasa tersebut. Hal ini didukung dengan hasil penelitian dari beberapa penelitian sebelumnya yaitu Simanjuntak (2018), dan Hafidz (2018) yang mengatakan bahwa harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan yang baik dapat menjadi keunggulan bersaing bagi perusahaan jasa. Kualitas pelayanan juga merupakan kunci untuk mencapai kesuksesan. Baik tidaknya kualitas pelayanan barang atau jasa tergantung kemampuan produsen dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten. Kualitas pelayanan dikatakan memuaskan jika pelayanan yang diraksakan sama atau melebihi pelayanan yang diharapkan. Pelayanan yang seperti inilah yang dipersepsikan sebagai pelayanan tersebut tercermin pada pelayanan yang baik, ramah tamah, sopan santun, ketepatan waktu, dan kecepatan menjadi nilai penting yang diharapkan oleh para konsumen. Konsumen yang merasa puas secara tidak langsung akan mendorong terjadinya rekomendasi dari mulut ke mulut, bahkan dapat memperbaiki citra perusahaan dimata konsumen. Oleh karena itu, kualitas pelayanan karena dapat menciptakan kepuasan pelanggan.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apa itu Maxim?
2. Apa manfaat pengguna Maxim?
3. Apa keunggulan dari Maxim?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui apa itu gojek
2. Menjadi media informasi supaya memberikan kemudahan dan memberikan manfaat khususnya pengguna yang ingin mencari informasi lokasi yang dituju.
3. Memberikan tarif yang lebih murah untuk pengguna maxim dan para pelajar.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Definisi Konsep

Jasa adalah suatu kinerja penampilan, tak terlihat dan cepat hilang, lebih mudah dirasakan daripada dimiliki serta pelanggan dapat aktif berpartisipasi dalam suatu proses pelayanan jasa. Transportasi adalah pemindahan manusia atau barang dari satu tempat ke tempat yang lainnya untuk mencapai tujuan dengan menggunakan jasa yang digerakkan oleh manusia. Menurut Miro (2005) transportasi dapat diartikan usaha memindahkan, menggerakkan, mengangkut atau mengalihkan suatu objek dari suatu tempat ke tempat lain, dimana di tempat lain ini objek tersebut lebih bermanfaat atau dapat berguna untuk tujuan tertentu. Transportasi juga fasilitas bagi suatu daerah untuk maju dan berkembang serta transportasi dapat meningkatkan aksesibilitas atau hubungan suatu daerah.

Transportasi faktor yang sangat penting dan strategis untuk dikembangkan, diantaranya adalah melayani angkutan barang dan manusia dari suatu daerah ke daerah lainnya dan menunjang pengembangan kegiatan sektor lain untuk meningkatkan pembangunan nasional di Indonesia. Dalam strategi pemasaran, jasa harus dilihat dengan baik, karena penjelasannya sangat berbeda dengan produk berupa barang. Kondisi dan cepat lambatnya pertumbuhan jasa tergantung pada kepuasan dan penilaian yang diberikan pelanggan untuk pihak konsumen. Perkembangan jasa transportasi sudah semakin pesat, dikarenakan jasa transportasi telah menjadi kebutuhan sehari-hari masyarakat umum untuk membantu dalam kelangsungan hidup mereka. Perusahaan industri sudah semakin luas menyediakan berbagai macam transportasi baik berupa jalur darat, laut maupun udara.

Peranan transportasi dalam pengembangan wilayah terutama dalam aksesibilitas, adapun yang dimaksud dengan aksesibilitas adalah kemudahan dan kemampuan suatu wilayah untuk mengakses atau menjangkau pihak luar daerah. Tujuan transportasi dalam mendukung perkembangan ekonomi nasional antara lain :

1. Meningkatkan pendapatan nasional disertai dengan distribusi yang merata antara penduduk
2. Meningkatkan jumlah barang dan jasa yang dihasilkan oleh konsumen, industri dan pemerintah.
3. Mengembangkan industri nasional yang dapat menghasilkan devisa serta mensuplai pasaran dalam negeri.
4. Menciptakan dan memelihara tingkatan kesempatan bagi masyarakat.

Keputusan pembelian dalam pengguna jasa transportasi online ialah suatu proses untuk mengambil keputusan yang diawali dengan pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan diakhiri dengan perilaku pasca pembelian. Keputusan pembelian konsumen sangat penting untuk diteliti sebab ketika menciptakan suatu produk, perusahaan berharap agar konsumen membeli produk tersebut dengan frekuensi tinggi, membeli produk tersebut dalam jumlah banyak serta perusahaan berharap agar nilai pembelian tinggi karena dengan begitu volume penjualan perusahaan akan meningkat sehingga keuntungan menjadi besar. Keputusan pembelian tidak lepas dari konsep kepuasan pelanggan. Secara umum manusia bertindak rasional dan mempertimbangkan segala jenis informasi yang tersedia dan mempertimbangkan segala sesuatu yang mungkin bisa muncul.

Dalam mengatur jasa transportasi tentu harus adanya pelayanan terhadap pelanggan dan menerima keluhan konsumen. Pada penelitian ini, penulis membahas tentang kinerja pada aplikasi maxim yang masih jauh dari kata baik. Dikarenakan pelayanan yang diberikan sangat tidak memuaskan, tidak produktif dalam bekerja, tidak memperhatikan penumpang dalam berkendara dan serta banyak menerima keluhan dari para masyarakat selaku pengguna transportasi. Dalam pengelolaan jasa transportasi tentu harus adanya perbaikan agar tidak terjadinya penurunan mutu pelayanan dan meningkatkan kualitas pelayanan jasa transportasi. Di daerah Bandar Lampung aplikasi maxim lebih unggul dari Gojek dan Grab. Maxim memberikan penawaran berbagai pelayanan yang terdiri dari :

1. Motor
2. Mobil
3. Pengiriman
4. Kargo
5. Belanja dan Makanan
6. Petugas Kebersihan
7. Bantuan Jasa

Kualitas pelayanan mengacu pada kualitas penawaran jasa yang diharapkan dan dirasakan. Terutama dengan menentukan kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan. Banyak perusahaan yang memprioritaskan kualitas jasa yang diharapkan dan dirasakan untuk mempertinggi kualitas jasa tersebut. Kepuasan Pelanggan menurut Kotler (2005) dinyatakan sebagai berikut : “Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul antar kinerja atau hasil yang diperkirakan terhadap kinerja yang diharapkan. Transportasi berfungsi sebagai sektor penunjang pembangunan dan pemberian jasa bagi pengembangan ekonomi. Kegiatan ekonomi dapat berjalan jika jasa transportasi terus tersedia dalam menunjang kegiatan tersebut. Peranan transportasi hanya untuk melancarkan arus barang dan mobilitas manusia. Transportasi juga membantu tercapainya pengalokasian sumber sumber

ekonomi secara optimal untuk itu jasa transportasi harus cukup tersedia secara merata dan terjangkau oleh daya beli manusia.

2.2 Landasan Teori

Menurut Kotler dan Keller (2012) menyatakan proses keputusan pembelian terdiri dari lima tahap yang dilakukan oleh seorang konsumen sebelum sampai pada keputusan pembelian dan selanjutnya pasca pembelian. Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen dapat terjadi apabila konsumen sudah mendapatkan pelayanan dari jasa yang digunakan maka konsumen dapat merasakan adanya kepuasan dan ketidakpuasan pada suatu pelayanan tersebut. Pada umumnya manusia bertindak rasional dan mempertimbangkan segala jenis informasi yang tersedia dan mempertimbangkan segala sesuatu yang mungkin bisa muncul.

Kegiatan transportasi bertujuan untuk memenuhi kebutuhan manusia dengan menciptakan manfaat. Transportasi adalah suatu jenis kegiatan yang menyangkut peningkatan kebutuhan manusia dengan mengubah letak geografis orang maupun barang. Dengan transportasi bahan baku dibawa menuju tempat produksi dan dengan transportasi jugalah hasil produksi dibawa ke pasar atau ketempat pelayanan kebutuhan. Peranan transportasi merupakan suatu proses tujuan untuk mengembangkan transportasi untuk menghindari persoalan-persoalan dan mencegah timbulnya persoalan yang sudah diduga sebelumnya. Serta mendayagunakan sistem yang telah ada sehingga memungkinkan manusia dan barang bergerak atau berpindah tempat dengan aman dan murah, dan jika perlu atau memungkinkan dengan cepat dan nyaman.

Faktor-faktor mendasari keputusan pembelian konsumen diantaranya meliputi faktor tarif dan kualitas pelayanan. Tarif yang sesuai dengan kualitas, manfaat yang dirasakan konsumen apabila ia mengkonsumsinya, pelayanan yang memudahkan proses transaksi serta memuaskan konsumen apabila semua itu dapat dipadukan secara selaras dan seimbang maka akan berakibat positif terhadap angka penjualan perusahaan.

1. Kualitas Pelayanan

Menurut Goetsch dan David (dalam Fandy Tjiptono, 2001:164), kualitas pelayanan adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses dan lingkungan memenuhi atau melebihi harapan. Dalam jasa pelayanan seperti transportasi terdapat cara untuk menilai kualitas pelayanan seperti yang dikemukakan oleh Parasuraman dalam (Suarico & Ina, 2017) merumuskan dimensi kualitas jasa yang dapat dijadikan sebagai alat ukur untuk menilai jasa/pelayanan, adalah sebagai berikut:

- a. Tangibles (berwujud), kualitas pelayanan berupa sarana perkantoran, komputerisasi administrasi, ruang tunggu, tempat informasi. Didefinisikan sebagai penampilan fisik dari fasilitas, peralatan, maupun personnel. Hal tersebut membuat representasi fisik atau

gambar dari layanan yang konsumen akan pergunakan untuk mengevaluasi kualitas jasa yang mereka dapat. Industri jasa yang menekankan tangibles dalam strategi mereka mencakup layanan perhotelan di mana konsumen jasa harus mengunjungi tempat produksi jasa untuk dapat menikmati layanan.

- b. Realibility (kehandalan), kemampuan dan keadaan untuk menyediakan pelayanan yang terpercaya. Dijelaskan sebagai kemampuan untuk melakukan layanan yang dijanjikan secara terpercaya dan akurat. Setiap konsumen pasti menginginkan penyedia jasa yang tepat janji untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka, terutama dalam menepati janji-janji tentang atribut layanan inti. Semua penyedia jasa perlu menyadari harapan pelanggan terhadap aspek reliabilitas. Pentingnya pemenuhan aspek reliability juga didukung oleh teori yang mengungkapkan bahwa harapan konsumen tentang sebuah layanan cenderung meningkat ketika layanan tersebut tidak dipenuhi seperti yang dijanjikan. Ketika kegagalan dalam pelayanan terjadi, zona toleransi pelanggan cenderung akan menyusut dan tingkat layanan yang memadai dan yang mereka inginkan cenderung untuk meningkat.
- c. Responsiveness (ketanggapan), kesanggupan untuk membantu dan menyediakan pelayanan secara cepat dan tepat, serta tanggap terhadap keinginan konsumen. Responsiveness, merupakan kesediaan untuk membantu konsumen dan memberikan layanan yang cepat dan tepat. Dimensi ini menekankan perhatian dan ketepatan dalam berurusan dengan permintaan pelanggan, pertanyaan, keluhan dan masalah. Responsiveness disampaikan kepada konsumen dari lamanya waktu yang diterima konsumen saat meminta bantuan, menjawab pertanyaan yang diajukan konsumen, atau perhatian terhadap masalah yang mereka terima. Untuk dapat unggul pada dimensi responsiveness, perusahaan harus dapat melihat proses penyampaian pelayanan dan penanganan permintaan dari cara pandang pelanggan, bukan pada cara pandang perusahaan. Standar kecepatan dan ketepatan yang selama ini telah ditetapkan oleh penyedia jasa mungkin akan sangat berbeda dari persyaratan konsumen akan kecepatan dan ketepatan pelayanan. Agar dapat benar-benar membedakan responsiveness, penyedia jasa perlu mengatur dengan baik bagian pelayanan konsumen seperti menaruh pegawai yang berhubungan langsung dengan konsumen.
- d. Assurance (jaminan), kemampuan dan keramahan serta sopan santun pegawai dalam meyakinkan kepercayaan konsumen. diartikan sebagai pengetahuan karyawan dan kesopanan serta kemampuan penyedia jasa dan karyawannya untuk memberikan kepercayaan dan keyakinan kepada konsumen. Kepercayaan yang diberikan penyedia jasa mungkin diwujudkan melalui seseorang yang menghubungkan pelanggan ke perusahaan, tetapi dalam situasi lain mungkin diwujudkan dalam organisasi itu sendiri. Pada tahap awal dalam hubungan dengan penyedia jasa, pelanggan dapat menggunakan bukti nyata untuk menilai dimensi assurance. Bukti nyata seperti popularitas,

penghargaan dan sertifikasi khusus dapat memberikan kepercayaan pelanggan baru dalam menilai suatu penyedia jasa.

- e. Emphaty (empati), sikap tetapi penuh perhatian dari pegawai terhadap konsumen. didefinisikan sebagai kepedulian dan perhatian personal penyedia jasa yang diberikan kepada konsumennya. Inti dari empathy adalah menyampaikan jasa melalui pelayanan secara pribadi sehingga konsumen merasa diutamakan. Setiap konsumen memiliki ego untuk selalu ingin dipahami. Hal tersebut sangat penting untuk diperhatikan oleh penyedia jasa agar dapat menyediakan layanan yang dapat memperhatikan keadaan emosional konsumen.

2. Strategi Pemasaran

Wheelen & Hunger dalam (Septyarini, 2015) implementasi strategi (strategi implementation), yaitu proses manajemen mewujudkan strategi dan kebijakan dalam tindakan melalui pengembangan program, anggaran, dan prosedur:

- a. Program, ialah suatu aktivitas atau langkah yang diperlukan untuk menyelesaikan perencanaan sekali pakai. Program melibatkan restrukturisasi perusahaan, perubahan budaya internal perusahaan atau awal dari usaha penelitian baru. Pengembangan program pun bertujuan untuk menjadikan organisasi yang dapat bergerak untuk mencapai tujuan lebih baik.
- b. Anggaran, adalah program yang bentuknya satuan uang, program ini menjelaskan secara terperinci dalam biaya yang dapat digunakan oleh manajemen untuk merencanakan dan mengendalikan. Sekaligus menentukan laporan keuangan proforma yang menunjukkan pengaruh yang diharapkan dari kondisi keuangan perusahaan.
- c. Prosedur atau standard operating procedures (SOP), suatu sistem langkah-langkah atau teknik-teknik yang menggambarkan secara terperinci suatu tugas atau pekerjaan yang diselesaikan dalam program-program perusahaan. Prosedur dibentuk setelah program direncanakan, hal ini bertujuan untuk memperjelas tugas, fungsi dan tanggung jawab masing-masing orang dalam organisasi.

Implementasi strategi pemasaran menurut Stanton dalam (Madaniyah 2020) merupakan suatu sistem yang berhubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menentukan harga sampai dengan mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang bisa memuaskan kebutuhan pengguna aktual maupun potensial. Menerapkan strategi pemasaran diawali dengan menganalisa secara keseluruhan dari situasi perusahaan Pemasar harus melakukan analisis SWOT (SWOT analysis), dengan menilai kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) perusahaan secara keseluruhan.

3. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan ialah suatu usaha yang dilakukan seorang jasa transportasi berupaya memenuhi sesuatu konsumen. Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam teori dan praktik pemasaran

serta merupakan salah satu tujuan esensial bagi aktivitas bisnis. Kepuasan ialah suatu perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja memenuhi harapan. Kepuasan pelanggan berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti menciptakan loyalitas pelanggan, meningkatkannya reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan, dan meningkatnya efisiensi dan produktivitas karyawan (Tjiptono 2005).

Dalam suatu pelayanan dapat dikatakan baik apabila kualitas pelayanan tersebut memenuhi atau melebihi ekspektasi kualitas pelayanan pelanggan sasaran. Pemberian pelayanan berkualitas akan mendorong pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka waktu yang cukup lama ikatan kuat antara pelanggan dengan perusahaan membantu perusahaan dalam memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan pelanggan. Apabila suatu perusahaan dapat memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan dan kebutuhan pelanggan, maka perusahaan dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Pada akhirnya kepuasan pelanggan menyebabkan konsumen melakukan pembelian ulang.

Meskipun demikian Tjiptono (2014:138) telah membuat kesamaan lima konsep inti mengenai objek pengukuran kepuasan sebagai berikut:

1. Kepuasan pelanggan keseluruhan (Overall Customer Satisfaction)
2. Dimensi kepuasan pelanggan
3. Konfirmasi harapan (Confirmation of Expectation)
4. Niat beli ulang (Repurchase Intention)
5. Kesiapan untuk merekomendasikan (Willingness to Recommend)

2.3 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu menjadi salah satu acuan dalam penulisan yang dilakukan oleh penelitian sehingga dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dari penelitian terdahulu, penulis tidak menemukan penelitian dengan judul yang sama seperti judul penelitian penulis. Namun penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian penulis. Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa beberapa jurnal dan buku yang terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis.

Dalam penelitian Lusiah, Djatmiko Noviantoro, dan Adhitya Akbar (2019) tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online. Penelitian ini menjelaskan kualitas pelanggan dan kepuasan pelanggan pada jasa transportasi online, kualitas pelayanan yang berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan jasa transportasi online.

Indah Noversi Yolanda (2023). Tentang Strategi Maxim Dalam Mengembangkan Transportasi Publik Untuk Memberikan Pelayanan Pengguna. Penelitian ini menjelaskan tentang strategi maxim dalam mengembangkan transportasi publik untuk memberikan pelayanan dan kenyamanan pada pengguna.

Siti Fatimah (2019). Tentang Pengantar Transportasi. Penelitian ini membahas tentang sejarah transportasi, jenis pembagian transportasi, manfaat transportasi, dan masalah masalah yang ada dalam transportasi. Pembahasan tentang sarana dan prasarana transportasi dan penerapan teori yang ada di Indonesia.

H.Abdul Karim, SH Lis Lesmini, Desy Arum Sunarta, ME SH, Ade Supratman, S.SI., M. Kom, Andi Ibrahim Yunus, S.T., M. T, Khasanah, S.Pd., M. Kom., M.Pd, Devi Marlina, S.E, M.M, Dr.Herie Saksono, M.Si, Nunut Asniar, SE., ME, Tania Andari, S.E., M. Bus (2023). Tentang Manajemen Transportasi. Penelitian ini membahas tentang peranan penting dalam kehidupan manusia. Kebutuhan akan angkutan penumpang dan barang. Transportasi juga sebagai dasar untuk pembangunan ekonomi dan perkembangan masyarakat dalam dalam pertumbuhan industrialisasi.

Andika Wijaya (2022). Tentang Aspek Hukum Bisnis Transportasi jalan Online. Penelitian ini membahas tentang metode transportasi konvensional dengan metode transaksi yang bersifat elektronik. Karakteristik ini menggabungkan unsur pengangkutan yang diatur dalam UU No. 22 Tahun 2009 dan peraturan pelaksanaannya dengan unsur transaksi elektronik yang diatur dalam UU No. 11 Tahun 2008 tentang informasi dan Transaksi Elektronik beserta peraturan pelaksanaannya.

Putri Ayu Angraini (2018). Tentang Studi Komparatif Pelayanan Taksi Online dan Taksi Konvensional Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Taksi Puspa Jaya di Bandar Lampung). Penelitian ini membahas tentang permasalahan Taksi Puspa Jaya satu-satunya perusahaan taksi konvensional sekaligus merangkap menjadi mitra taksi online di Bandar Lampung. Banyak pelanggan merasa puas terhadap pelayanan taksi online dan konvensional yang diberikan oleh Taksi Puspa Jaya, namun di samping itu juga pelanggan taksi online dan konvensional kurang puas terhadap pelayanan jasa yang di berikan oleh Taksi Puspa Jaya. Dengan membandingkan pelayanan antara taksi online dan konvensional terhadap kepuasan pelanggan, banyak sekali masyarakat yang mulai resah menggunakan taksi online maupun konvensional.

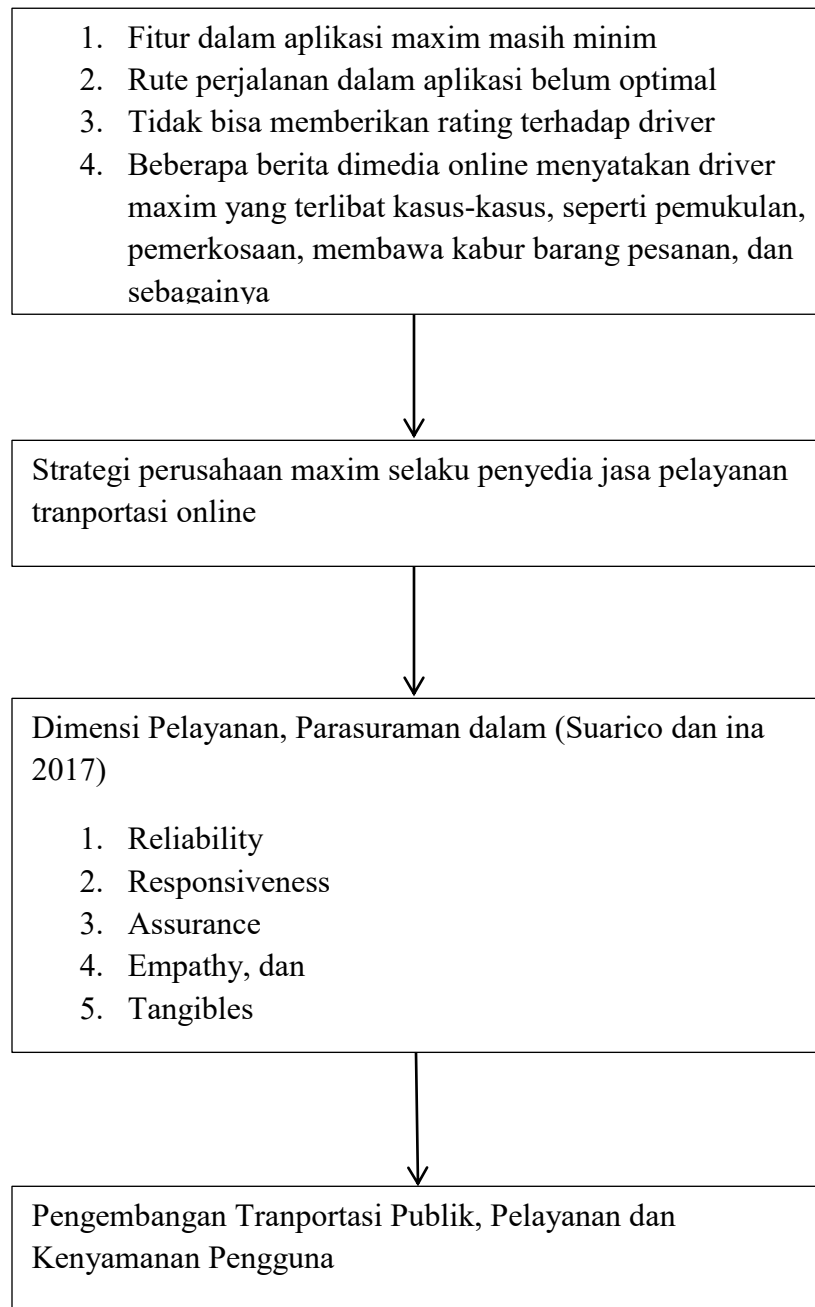
2.4 Kerangka Fikir

Kehadiran jasa transportasi berbasis aplikasi online yang menggunakan internet seperti gojek, grab dan maxim di Indonesia merupakan salah satu solusi masyarakat untuk melakukan pekerjaan yang lebih efektif dan efisien khususnya di kota-kota besar. Menurut Hendrayanti (2018), transportasi online mempunyai kelebihan yaitu lebih mudah dan praktis pengguna tidak perlu menghampiri pangkalan ojek ataupun menunggu di pinggir jalan untuk mendapatkan angkutan umum konvensional. Selain itu, para pengguna juga tidak terlibat dalam proses tawar-menawar karena tarif yang sudah ditentukan berdasarkan jarak tempuh dan pergerakan kendaraan yang ditumpanginya termonitor oleh kantor pusat.

Maxim sebagai salah satu perusahaan penyedia jasa layanan transportasi online yang cukup terkenal selain gojek dan grab, memiliki kelebihan sebagai kompetitor jasa pelayanan transportasi online paling murah yang mana dalam jarak tempuh 1-4 KM hanya membayar Rp8.000 saja berbeda dengan gojek dan grab dengan jarak tempuh yang sama namun dengan tarif Rp12.000. Namun masih terdapat kelemahan yang ada pada maxim contohnya dalam hal ini untuk aplikasi transportasi maxim yaitu seperti fitur dalam aplikasi yang masih minim, rute dalam aplikasi belum lengkap, tidak adanya rating untuk driver dari pelanggan, kemudian terdapat pula kasus-kasus negatif dari driver ojek maxim.

Berdasarkan permasalahan diatas tentu perlunya strategi yang baru untuk memperbaiki kelemahan-kelemahan pada aplikasi dan untuk pelayanan dari maxim itu sendiri. Untuk menganalisis strategi bisnis maxim dalam mengembangkan transportasi publik untuk memberikan pelayanan dan kenyamanan pengguna yang dikemukakan oleh Parasuraman dalam (Suarico & Ina, 2017) diperoleh 5 dimensi atau faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam menentukan penggunaan jasa transportasi online (ojek online) sebagai pertimbangan kecocokan dengan fenomena yang ada yaitu; Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis. Adapun fokus yang hendak diteliti yakni bagaimana implementasi strategi bisnis oleh maxim melalui 3 tahapan strateginya yang dikemukakan oleh Wheelen & Hunger dalam (Septyarini, 2015), yakni program, anggaran, dan prosedur (SOP). Kemudian pemberian pelayanan juga diperlukan untuk Maxim dalam memperbaiki kinerja dan pandangan masyarakat terhadap transportasi online tersebut seperti yang dikemukakan oleh suarico dan Ina 2017 yaitu reliability, responsiveness, assurance, empathy dan tangibles.

Berdasarkan teori strategi dan pelayanan tersebut diharapkan maxim dapat mengembangkan transportasi publik menjadi lebih baik dan memastikan pelayanan untuk pelanggan nomor satu sehingga membuat kenyamanan untuk pelanggan dalam memilih aplikasi maxim tersebut.



Gambar 1. Bagan Kerangka Pikir

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara holistic, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu teks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2011:6). Penelitian pada metode kualitatif ini sangat tepat dikarenakan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap pelayanan jasa transportasi online di bandar Lampung.

Menurut Moleong (2014) Penelitian kualitatif merupakan prosedur dalam penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari perilaku orang-orang yang dapat diamati. Metode analisis kualitatif digunakan untuk memaparkan secara deskriptif hasil wawancara mendalam dengan objek penelitian seperti isu strategis yang berkaitan dengan mengembangkan transportasi publik untuk memberikan sistem pelayanan dan kenyamanan pengguna maxim di Kota Bandar Lampung. Data dianalisis secara kualitatif dengan mendeskripsikan data yang dihasilkan dari penulisan kedalam bentuk penjelasan secara sistematis sehingga dapat diperoleh gambaran yang jelas tentang masalah yang diteliti dan hasil analisis data disimpulkan secara deduktif.

3.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian dalam penulisan kualitatif yaitu apa yang menjadi sasaran penulisan dalam penelitiannya. Penetapan fokus dalam penelitian kualitatif sangat penting karena untuk membatasi studi dan untuk mengarahkan pelaksanaan suatu penelitian atau pengamatan. Penulis memfokuskan penelitian ini pada strategi maxim dalam mengembangkan transportasi publik untuk memberikan pelayanan dan kenyamanan pengguna.

Berdasarkan fokus diatas terdapat beberapa bagian yang menjadi fokus penelitian ini, mengenai kualitas pelayanan yang ada pada maxim di Kota Bandar Lampung maka peneliti mengambil fokus pada faktor pelayanan yang dikemukakan oleh Parasuraman dalam (Suarico dan Ina 2017) yakni meliputi Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, dan Tangibles.

Strategi bisnis sangat penting bagi perusahaan dalam mewujudkan tujuan yang hendak dicapai tanpa adanya strategi yang terukur dan jelas maka perusahaan akan kebingungan dan tidak tahu arah tujuan dari berlangsungnya sebuah perusahaan. Strategi bisnis yang matang sangat penting agar bisnis mampu meraih target yang diinginkan. Kemudian dengan strategi bisnis yang jelas perusahaan akan mengetahui kelebihan dan kelemahan yang ada pada perusahaan, dengan adanya strategi bisnis maka perusahaan mampu melihat peta persaingan bisnis dari sisi konsumen, pasar dan harga.

Sejalan dengan hal tersebut, pelayanan sangat penting dalam bisnis perusahaan kualitas pelayanan yang baik sangat berpengaruh dalam bisnis. Pelayanan dengan kualitas yang baik akan menjadi salah satu daya tarik tersendiri bagi para konsumen untuk kembali memakai jasa yang telah disediakan oleh perusahaan. Selain itu pelayanan yang baik juga akan menjadi nilai positif bagi orang lain sehingga pelanggan akan bertambah banyak.

3.3 Teknik Penentuan Informan

Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling. Menurut Sugiyono, Purposive sampling yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Yolanda, Bakti, Nugeraha. 2023). Agar memperoleh informasi yang dibutuhkan terdapat kriteria yang menjadi tolak ukur penelitian dalam memilih informan antara lain:

1. Pihak Internal (Manager Customer Service Maxim)

Manager Customer Service merupakan yang bertanggung jawab untuk operasi dan efisiensi keseluruhan dalam departemen customer service perusahaan dan mempunyai tugas untuk melakukan manajemen tenaga kerja, prosedur operasional, mewawancarai dan melatih pekerja baru, serta melakukan performance review. Manager customer service juga dapat bertanggung jawab terhadap budget dan terlibat dalam strategic planning di departemennya. Adapun yang termasuk dalam strategic planning seperti menganalisis trend, performa, dan proses timnya. Artinya dengan hal ini salah satu hal yang tepat dalam melengkapi data dengan mewawancarai secara langsung pihak maxim khususnya yang lebih mengerti dalam keorganisasian perusahaan tersebut.

2. Pihak Eksternal (Driver Ojek Online Maxim)

Driver ojek merupakan pihak yang secara langsung dalam memberikan pelayanan transportasi terhadap pelanggan/pengguna aplikasi tentu dalam hal ini driver ojek merupakan salah satu sumber yang penting untuk memberikan jawaban-jawaban terhadap pertanyaan yang diberikan.

3. Pengguna Ojek Online Maxim

Dalam hal ini pemilihan narasumber adalah pengguna ojek online maxim dikarenakan selain dari pihak maxim sebagai pemberi informasi, peneliti harus melihat tanggapan pengguna maxim sendiri dalam hal pemberian pelayanan transportasi online, serta ingin mengetahui keluhan pengguna dan saran pengguna untuk maxim agar menjadi layanan transportasi yang lebih baik.

3.4 Sumber dan Jenis Data

1. Data Primer

Adalah data yang diperoleh dari hasil pengamatan langsung (observasi) dengan pihak terkait yang secara langsung diperoleh dari para responden yang berupa jawaban jawaban dari kuesioner yang disebar oleh peneliti . Dalam hal ini masyarakat kota Bandar Lampung yang menggunakan aplikasi Maxim.

2. Data Sekunder

Merupakan data yang diperoleh dari beberapa sumber seperti : catatan catatan, dan dokumen dokumen maupun melalui media perantara.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang digunakan oleh Peneliti untuk mengumpulkan data untuk memperoleh informasi dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Teknik pengumpulan data menurut sugiyono (2016) dibagi menjadi 3 yang terdiri dari wawancara, observasi dan dokumentasi.

1. Observasi

adalah cara dan teknik pengumpulan data, dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala atau fenomena pada objek penelitian. Metode observasi. digunakan untuk membuktikan data yang diperoleh selama penelitian dengan menerapkan metode observasi nonpartisipan dimana penelitian berlaku sebagai pengamat dan tidak ambil bagian dalam aktivitas yang dilaksanakan. Teknik ini dilakukan dengan cara melakukan pengamatan langsung, hal ini dilakukan untuk mengetahui secara pasti bagaimana pelayanan terhadap kepuasan pelanggan ojek online.

2. Wawancara

adalah suatu percakapan Tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan, antara dua atau lebih yang duduk secara fisik mendengarkan secara langsung informasi informasi atau keterangan keterangan dan diarahkan seatu masalah. Jenis wawancara yang penulis gunakan adalah wawancara bebas terpimpin yaitu wawancara yang membuat pokok-pokok masalah yang akan diteliti. Pedoman wawancara berfungsi sebagai pengendali jangan sampai proses wawancara kehilangan arah. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode wawancara dan penulis tujukan kepada responden yaitu pelanggan ojek online yang ada di Bandar Lampung.

Proses wawancara ini dilakukan dengan panduan wawancara yang sudah disiapkan sebelumnya. Peneliti menyusun panduan wawancara berdasarkan fokus penelitian untuk dijadikan materi dalam wawancara agar menjadi terarah dan tidak menyimpang. Peneliti menggunakan wawancara secara terbuka serta mendalam untuk menentukan permasalahan serta lebih terbuka dan pihak yang diwawancarai diminta pendapatnya guna mendapatkan informasi terkait permasalahan penyediaan yang tidak merata sehingga peneliti dapat menemukan data yang lebih mendalam dengan mencatat dan mendengarkan keterangan dari informan.

3. Dokumentasi

adalah pengumpulan data melalui peninggalan arsip-arsip dan termasuk juga buku-buku yang berkaitan tentang masalah penelitian. Masalah penelitian didapatkan melalui data agar menjadi teknik dalam pengumpulan data dokumentasi. Metode dokumentasi ini biasanya melalui rekaman, dokumen, catatan harian, laporan, flashdisk, serta website resmi lainnya.

3.6 Metode Analisis Data

Analisis data adalah suatu proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lainnya, sehingga dapat mudah dipahami dan demuannya dapat di informasikan kepada orang lain (Hadi Mustofa.2019).

1. Reduksi Data

Menurut Miles, Huberman dan Saldana, (2014) adalah suatu rangkuman atau memilah hal-hal pokok, dicari tema dan polanya. Tahapan Reduksi data yang dilakukan oleh penelitian dilakukan dengan merangkum semua data yang telah diperoleh dilapangan dan memfokuskan pada hal-hal yang penting untuk dicari tema dan polanya melalui kegiatan penajaman dan penggolongandata. Penajaman dilakukan dengan mentranformasi kata-kata dan kalimat yang panjang menjadi suatu kalimat yang ringkas dan penggolongan data dilakukan melalui

pengelompokkan data sejenis dan mencari polanya dengan ditulis atau diketik dalam bentuk uraian. Reduksi data/proses transformasi ini berlanjut terus sesudah penelitian lapangan, sampai laporan akhir lengkap tersusun (Yolanda, I, N. 2023).

2. Penyajian Data

Penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat. Pereduksian data yang dilakukan oleh peneliti, dengan melakukan penyusunan data secara sistematis, dilanjutkan dengan penulisan data yang diperoleh di lapangan dalam bentuk naratif. Penyusunan dilakukan dengan memasukkan hal analisis ke dalam catatan, kemudian dalam kalimat penjelasan tentang temuan yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumen di lapangan, dan data disusun berdasarkan fokus penelitian (Yolanda, I, N. 2023).

3.7 Keabsahan Data

Menurut Sugiyono (2018) Keabsahan data atau validasi adalah bentuk pengujian untuk memastikan bahwa data yang didapatkan peneliti tidak berbeda dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian, sehingga keabsahan data penelitian yang telah disajikan bisa untuk dipertanggung jawabkan. Dalam uji keabsahan data bisa dilakukan dengan triangulasi, member check, perpanjangan pengamatan, meningkatkan ketekunan, analisis kasus negative, menggunakan referensi, dan lain lain.

BAB IV

PEMBAHASAN DAN HASIL

4.1 Hasil dan Pembahasan

Bandar Lampung sebagai Ibu Kota Lampung dan sebagai pusat perekonomian bagi masyarakat Lampung tentu memiliki banyak transportasi berbasis aplikasi, salah satu perusahaan penyedia jasa layanan transportasi berbasis aplikasi yaitu, maxim. Namun, maxim bukan menjadi satu-satunya perusahaan transportasi berbasis aplikasi yang cukup dikenal di Bandar Lampung. Selain maxim ada juga perusahaan lain yaitu gojek dan grab. Persaingan juga tentu terjadi antara maxim, gojek dan grab. Semua memberikan pelayanan yang hampir sama mulai dari mengantarkan orang dengan biaya yang berbeda-beda tetapi dengan sistem pemesanan yang sama yaitu pemesanan melalui aplikasi dengan menggunakan media internet.

Namun, dalam hal ini maxim memiliki keunggulan yaitu memiliki tarif yang lebih murah per 1-4 Km dibandingkan dengan gojek dan grab, data diambil melalui masing-masing aplikasi untuk mengecek range harga tersebut. Harga yang dikenakan gojek dan grab dengan tujuan yang sama dikenakan tarif Rp12.000, berbeda dengan maxim yang hanya dikenakan tarif Rp8.000. Berdasarkan perbedaan tersebut tarif maxim memiliki tarif lebih murah dan memiliki selisih Rp4.000. Namun meski memiliki keunggulan dalam tarif maxim tidak serta merta menarik pelanggan untuk memilih layanan transportasi online di aplikasi tersebut. Terdapat beberapa faktor yang menyebabkan masyarakat memilih layanan transportasi online.

Maxim masih memiliki kekurangan dalam hal ini seperti di dalam aplikasi tersebut masih belum bisa memberikan rating ketika sesudah memesan layanan transportasi tersebut berbeda dengan kompetitornya yang bisa memberikan rating sampai bintang 5 maxim hanya memberikan jempol keatas dan kebawah untuk memberi penilaian kepada driver nya, yang mana hal tersebut kurang efektif dikarenakan pemesan aplikasi maxim tersebut tidak bisa melihat kualitas driver yang akan menjemputnya. Sebagai contoh, dalam hal ini menyebabkan masih banyaknya oknum-oknum nakal yang masih menjadi driver maxim. Dapat dilihat dari berita yang beredar di media online, masih terlihat bahwa driver maxim yang melanggar aturan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada Manager, Driver dan Pengguna Maxim dari dimensi pelayanan berupa Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy dan Tangibles akan dianalisis aspek apa saja yang menjadi permasalahan atau kendala dalam pelaksanaannya. Berikut ini pembahasan hasil penelitian yang telah dilakukan.

1. Reability

Menurut Tjiptono & Chandra (2019) dalam Ernes dkk. (2022) kehandalan meliputi dua aspek utama yaitu konsistensi kinerja dan sifat dapat dipercaya. Kehandalan pada umumnya adalah kemampuan yang harus dimiliki oleh setiap karyawan agar mampu memberikan pelayanan yang berkualitas sesuai dengan yang dijanjikan pihak perusahaan kepada pelanggan. Berkaitan dengan teori yang dikemukakan di atas hasil yang peneliti temukan dilapangan menunjukkan bahwa Maxim Kota Bandar Lampung sudah baik dalam menerapkan aspek Reliability hal ini dapat dilihat dari staff maxim yang selalu konsisten melakukan pelayanan kepada pelanggan, staff dan driver maxim juga telah diseleksi dengan baik agar dapat memberikan pelayanan yang baik, driver maxim telah memiliki kemampuan dan pengetahuan wilayah orderan yang cukup, serta dari sisi pelanggan melihat bahwa maxim juga merupakan salah satu dari transportasi online di Kota Bandar Lampung yang cukup populer dikalangan masyarakat juga telah memperoleh kepercayaan dari masyarakat.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu oleh Indah Noversi Yolanda, 2023 dengan judul Strategi Maxim dalam Mengembangkan Transportasi Publik untuk Memberikan Pelayanan Pengguna (Studi Maxim Kota Bandar Lampung), dengan hasil penelitian Setiap konsumen menginginkan penyedia jasa yang tepat janji untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka, terutama dalam menepati janji janji tentang atribut layanan inti.

Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa pada dimensi reliability Maxim Kota Bandar Lampung sudah memiliki strategi yang baik dalam memberikan pelayanan terhadap pelanggan hal ini dapat dilihat dari konsistensi pelayanan yang diberikan oleh maxim dan juga popularitas maxim yang telah dikenal dikalangan masyarakat Kota Bandar Lampung, meskipun maxim tidak menyediakan pelatihan kepada para driver dalam memberikan pelayanan akan tetapi driver memiliki kemampuan sendiri untuk memberikan pelayanan yang terbaik terhadap pelanggannya masing-masing.

2. Responsiveness

Menurut Parasuraman kesediaan untuk membantu konsumen dan memberikan layanan yang cepat dan tepat. Dimensi ini menekankan perhatian dan ketepatan dalam berurusan dengan permintaan pelanggan, pertanyaan, keluhan dan masalah. Secara teori dimensi responsiveness menekankan pada tingkat pelayanan yang dilakukan oleh pihak penyedia jasa dan pelaksana agar dapat memberikan pelayanan secara cepat dan tepat serta dapat mengatasi keluhan dan memberikan solusi atas permintaan dari konsumen.

Mengacu pada teori yang diungkapkan oleh Jjiptono dan Chandra (2019) dalam Ester dkk. 2022 Responsiveness adalah kesediaan, kesiapan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka serta menginformasikan kapan jasa

akan diberikan. Berdasarkan hasil penelitian menggambarkan bahwa responsif pegawai maxim dalam memenuhi kebutuhan pelanggan serta kemampuan memenuhi keluhan pelanggan masih belum berjalan dengan baik, pada umumnya karyawan sudah berupaya merespon setiap pelanggan dengan baik namun memang kenyataannya banyak sekali respon negatif dari driver maxim itu sendiri.

Pada penelitian terdahulu oleh Indah Noversi Yolanda, 2023 dengan judul Strategi Maxim dalam Mengembangkan Transportasi Publik untuk Memberikan Pelayanan Pengguna (Studi Maxim Kota Bandar Lampung), perusahaan harus dapat melihat proses penyampaian pelayanan dan penanganan permintaan dari cara pandang pelanggan, bukan pada cara pandang perusahaan.

Berdasarkan analisis yang telah dipaparkan Peneliti menyimpulkan bahwa pada dimensi Responsiveness Maxim Kota Bandar Lampung dinilai belum memenuhi aspek Responsiveness dengan baik, cepat dan tanggap. Hal ini sesuai dengan beberapa pelanggan yang mengeluhkan pelayanan yang dilakukan oleh maxim dan juga driver, pelayanan di Kantor yang tidak ramah dan juga driver ojol yang menggelar aksi demo juga tentu dikarenakan mendapatkan ketidakadilan dalam pelayanan, dan hal ini harus menjadi pertimbangan maxim Kota Bandar Lampung agar dapat merespon keluhan yang disampaikan oleh driver maupun pelanggan agar dapat diberikan solusi demi kenyamanan dalam pelayanannya dan tidak membuat pelanggan pergi karena ketidakpuasan terhadap pelayanan yang diperolehnya.

3. Assurance

Diartikan sebagai pengetahuan karyawan dan kesopanan serta kemampuan penyedia jasa dan karyawannya untuk memberikan kepercayaan dan keyakinan kepada konsumen. Kepercayaan yang diberikan penyedia jasa mungkin diwujudkan melalui seseorang yang menghubungkan pelanggan ke perusahaan.

Jika mengacu pada teori, dimensi Assurance yang peneliti gunakan, maka untuk melihat sejauh mana keberhasilan pihak pengelola dan pelaksana dalam memberikan pelayanan secara maksimal dinilai dari beberapa hal yaitu, perilaku para karyawan mampu menimbulkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan, dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Berdasarkan hasil penelitian mengenai jaminan yang terdiri dari jaminan perlindungan hukum bagi driver dan juga jaminan biaya, jaminan waktu dan keamanan dalam berkendara diberikan oleh driver terhadap pelanggan, sedangkan dari sisi pelanggan pun merasa aman dan nyaman terhadap pelayanan yang diberikan oleh driver.

Penelitian ini sesuai dengan Penelitian terdahulu dari Putri Ayu Anggraini, 2023, Tinjauan Hukum Islam dan Hukum Positif Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Pengguna Jasa Maxim (Studi di Maxim Kota Bandar Lampung), dengan hasil penelitian Etka berkomunikasi dalam melayani konsumen agar terhindar dari manipulasi serta bebrbicara bohong saat menawarkan suatu produk maupun jasa dalam sebuah perusahaan.

Berdasarkan hal tersebut maka dapat disimpulkan bahwa dimensi pelayanan Assurance yang ada pada maxim Kota Bandar Lampung. Pada aspek ini pelayanan yang dilakukan oleh maxim Kota Bandar Lampung dinilai sudah baik hal ini dilihat dari jaminan yang diberikan oleh maxim dan feedback yang diterima oleh pelanggan juga positif serta maxim sudah menjadi salah satu transportasi online yang dapat dipercaya dan digunakan untuk kebutuhan masyarakat di Kota Bandar Lampung

4. Empathy

Empathy menurut Tjiptono & Chandra (2019), yaitu perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan serta memberikan perhatian kepada para pelanggan. Pelayanan akan berjalan dengan baik apabila setiap pihak yang berkepentingan dengan pelayanan memiliki rasa empati dalam menyelesaikan komitmen yang sama terhadap pelayanan. Empati dalam hal ini memberikan perhatian yang tulus dan rasa peduli yang mana meliputi sikap tidak diskriminatif, perhatian dan kepedulian kepada pelanggan serta keramahmatan dan kesopanan yang diberikan oleh pegawai maxim dan driver terhadap pelanggan dalam memberikan pelayanan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap maxim Kota Bandar Lampung dan juga driver dalam melakukan pelayanan terhadap pelanggan dinilai sudah cukup baik, adanya upaya untuk saling menghargai, bersikap santun dan berusaha memberikan kenyamanan kepada pelanggan, meskipun ada beberapa driver yang masih mendapatkan ulasan yang negatif dari pelanggan.

Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu oleh Putri Ayu Anggraini, 2023, Tinjauan Hukum Islam dan Hukum Positif Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Pengguna Jasa Maxim (Studi di Maxim Kota Bandar Lampung), dengan hasil penelitian Rasa peduli dan perhatian secara pribadi yang diberikan pengemudi kepada pelanggan hendaknya dilandasi dengan keimanan dalam rangka menjalankan segala perintah Allah swt supaya selalu berbuat yang baik kepada orang lain.

5. Tangibles

Tangibles menurut Tjiptono & Chandra (2019), yaitu berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan perusahaan serta penampilan karyawan. Tangibles (Bukti Fisik) dalam kualitas pelayanan adalah bentuk aktualisasi nyata secara fisik dapat digunakan oleh karyawan sesuai dengan penggunaan dan manfaatnya yang dapat membantu pelayanan yang diterima oleh pelanggan yang menginginkan pelayanan sehingga puas atas pelayanan yang diberikan sekaligus menunjukkan hasil kerja yang baik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketersediaan sarana dan prasarana pada Maxim Kota Bandar Lampung yang mendukung pekerjaan para driver itu belum dapat dikatakan baik, hal ini dapat dilihat dari aplikasi untuk pemesanan pelanggan yang belum optimal, belum adanya sarana pembayaran e wallet untuk waktu pembayaran yang lebih efisien, namun disamping itu terkait kelayakan dari sisi kendaraan yang digunakan oleh driver sudah layak dan untuk kelengkapan atribut sudah lengkap.

Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu oleh Indah Noversi Yolanda, 2023 dengan judul Strategi Maxim dalam Mengembangkan Transportasi Publik untuk Memberikan Pelayanan Pengguna (Studi Maxim Kota Bandar Lampung), dengan hasil penelitian representasi fisik atau gambar dari layanan yang konsumen akan pergunakan untuk mengevaluasi kualitas jasa yang mereka dapat. Industri jasa yang menekankan tangibles dalam strategi mereka mencakup layanan perhotelan di mana konsumen jasa harus mengunjungi tempat produksi jasa untuk dapat menikmati layanan.

6. Strategi Maxim dalam Pengembangan Transportasi Kota

1. Memperbanyak pegawai transportasi

Maxim di kota Bandar Lampung sampai saat ini masih membuka lowongan bagi mitra driver yang ingin bergabung dengan layanan Maxim. Hal ini merupakan strategi Maxim untuk mengembangkan transportasi kota yang dapat bersaing dengan kompetitif.

2. Biaya Transportasi yang lebih murah

Maxim di kota Bandar Lampung ini memberikan biaya yang cukup murah pada pelayanan jasa, yang dapat menarik perhatian dan minat pada semua kalangan baik itu pelajar, mahasiswa, karyawan maupun masyarakat.

3. Aturan terhadap driver

Memberikan aturan bagi driver agar terhindar dari kejahatan yang tidak diinginkan, apa bila melanggar maka maxim akan memutuskan kontrak kerja dengan driver dan menyerahkan masalah tersebut kepada pihak yang berwajib.

4. Melakukan promosi

Strategi yang dilakukan maxim dalam mengembangkan transportasi kota adalah dengan melakukan promosi yang bertujuan untuk menyebarluaskan informasi tentang pelayanan maxim, dan menarik minat masyarakat agar menggunakan maxim.

5. Menjamin keselamatan driver dan pelanggan

Menjamin keselamatan driver dan pelanggan Maxim memberikan jaminan perlindungan hukum bagi driver hal ini sebagai strategi yang dilakukan untuk pencegahan terjadinya orderan fiktif yang dapat mengancam keselamatan driver. Kemudian driver maxim juga dibekali aturan kerja yang harus dijalankan dalam melakukan pelayanan hal ini untuk memberikan rasa aman dan nyaman bagi pelanggan.

Strategi maxim beberapa hal telah tercapai dan diterapkan dalam memberikan pelayanan dan pengembangan transportasi Kota serta dalam mengatasi persoalan-persoalan yang berkaitan dengan driver dan pelanggan, meskipun demikian tidak sepenuhnya strategi maxim itu berjalan seperti halnya dalam mengatasi persoalan ketidakakuratan peta dan rute perjalanan masih belum ada respon akan seperti apa dari pihak maxim dalam mengatasi hal tersebut, sejauh ini belum ada rencana atau program penambahan fitur-fitur lainnya yang sesuai dengan keinginan pelanggan seperti penambahan pembayaran dan mitra maxim food yang belum juga direalisasikan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Transportasi merupakan kebutuhan kedua atau kebutuhan turunan dari kebutuhan ekonomi masyarakat. Peranan transportasi pada pembangunan wilayah secara menyeluruh telah membawa dampak yang luar biasa terutama sekali pada hubungan antar berbagai wilayah (aksesibilitas). Transportasi mencakup beberapa hal dalam kaitannya dengan perpindahan dari suatu tempat ke tempat lainnya seperti misalnya infrastruktur jalan raya, moda transportasi, hingga pada manajemen pengelolaannya yang dilakukan oleh pengambil kebijakan maupun perencana. Transportasi merupakan komponen utama berfungsinya suatu kegiatan ekonomi, sosial, budaya, dan politik masyarakat. Tingkat mobilitas dan perekonomian serta pola kehidupan masyarakat era kaitannya dengan ketersediaan fasilitas transportasi. Transportasi sebagai sistem mencakup prasarana dan sarana, mempunyai sub sistem yang saling terkait sehingga mewujudkan pergerakan yang efisien dan efektif. Transportasi merupakan ilmu terapan, multidisiplin (melibatkan berbagai cabang ilmu).

Transportasi faktor yang sangat penting dan strategis untuk dikembangkan, diantaranya adalah melayani angkutan barang dan manusia dari suatu daerah ke daerah lainnya dan menunjang pengembangan kegiatan sektor lain untuk meningkatkan pembangunan nasional di Indonesia. Dalam strategi pemasaran, jasa harus dilihat dengan baik, karena penjelasannya sangat berbeda dengan produk berupa barang. Kondisi dan cepat lambatnya pertumbuhan jasa tergantung pada kepuasan dan penilaian yang diberikan pelanggan untuk pihak konsumen. Perkembangan jasa transportasi sudah semakin pesat, dikarenakan jasa transportasi telah menjadi kebutuhan sehari-hari masyarakat umum untuk membantu dalam kelangsungan hidup mereka. Perusahaan industri sudah semakin luas menyediakan berbagai macam transportasi baik berupa jalur darat, laut maupun udara.

Maxim salah satunya. Transportasi online sendiri telah beroperasi di hampir seluruh kota besar di Indonesia salah satunya di kota Bandar Lampung. Salah satu penyedia jasa transportasi online yang terdapat di Bandar Lampung ialah Maxim bike. Melihat dari pemakaian transportasi online tersebut merupakan sebagian keunggulan yang dimiliki jika dibandingkan dengan transportasi konvensional. Namun, perkembangan transportasi online yang begitu pesat tidak diikuti menggunakan peningkatan yang berasal dari aspek keamanan, keselamatan, maupun ketenangan yang berasal dari pengguna jasa transportasi online Maxim, khususnya yang ada di wilayah kota Bandar Lampung.

Bandar Lampung sebagai Ibu Kota Lampung dan sebagai pusat perekonomian bagi masyarakat Lampung tentu memiliki banyak transportasi berbasis aplikasi, salah satu perusahaan penyedia jasa layanan transportasi berbasis aplikasi yaitu, maxim. Namun, maxim bukan menjadi satu-satunya perusahaan transportasi berbasis aplikasi yang cukup dikenal di Bandar Lampung. Selain maxim ada juga perusahaan lain yaitu gojek dan grab. Persaingan juga tentu terjadi antara maxim, gojek dan grab. Semua memberikan pelayanan yang hampir sama mulai dari mengantarkan orang dengan biaya yang berbeda-beda tetapi dengan sistem pemesanan yang sama yaitu pemesanan melalui aplikasi dengan menggunakan media internet.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis penelitian dan simpulan yang berkaitan dengan besarnya pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan, maka saran-saran yang dapat diajukan adalah:

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi peneliti selanjutnya, dimana penelitian ini dapat menjadi salah satu referensi peneliti selanjutnya dalam memecahkan masalah khususnya pada hal yang berkaitan dengan variabel pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor-faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

2. Saran Praktis

Pada penelitian ini disarankan kepada pihak Maxim Bandar Lampung agar tetap menjaga konsistensinya dalam meningkatkan kepuasan konsumen dengan menerapkan lebih banyak strategi penetapan harga guna memberikan persepsi harga yang lebih baik agar konsumen lebih merasa tertarik dan puas setelah menggunakan jasa layanan aplikasi Maxim serta meningkatkan kualitas dalam pelayanan untuk menambah kepuasan para pengguna jasa layanan aplikasi Maxim di Bandar Lampung.

Perusahaan Maxim di Bandar Lampung sudah cukup baik untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan yang diharapkan konsumen, namun jika di lihat dari frekuensi jawaban pada kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan, perusahaan Maxim harus meningkatkan kembali kualitas pelayanan yang di berikan agar dapat meningkatkan kepuasan para pengguna jasa layanan dalam aplikasi Maxim. Perusahaan Maxim di Bandar Lampung diharapkan dapat mempertahankan strategi dalam penetapan harga serta meningkatkan kualitas pelayanan agar para konsumen dapat lebih merasakan kepuasan pada saat menggunakan jasa layanan Maxim agar nantinya berdasarkan pengalaman penggunaan tersebut dapat menciptakan kepuasan dan ketertarikan atau minat konsumen untuk menggunakan jasa layanan berulang-ulang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M., Kharis, A., & Karlina, D. (2019). Faktor-Faktor Yang Menjadi Pertimbangan Dalam Penggunaan Jasa Ojek Online (Go-Jek) Di Kota Mataram. *JIAP (Jurnal Ilmu Administrasi Publik)*, 6(2), 75-84.
- Angraini, P. A. (2018). Studi Komparatif Pelayanan Taksi Online dan Taksi Konvensional Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Taksi Puspa Jaya di Bandar Lampung) (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Azis, R. (2018). *Pengantar Sistem dan Perencanaan Transportasi*. Deepublish.
- Boimau, H., & Bessie, J. L. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online Grabbike. *JOURNAL OF MANAGEMENT Small and Medium Enterprises (SME's)*, 14(2), 169-187.
- Fatimah, S. (2019). *Pengantar transportasi*. Myria Publisher.
- INDAH, N. Y. (2023). STRATEGI MAXIM DALAM MENGEMBANGKAN TRANSPORTASI PUBLIK UNTUK MEMBERIKAN PELAYANAN PENGGUNA (Studi Maxim Kota Bandar Lampung).
- Jinca, I. M. (2019). *Transportasi laut Indonesia: analisis sistem & studi kasus*. Firstbox Media.
- Kapriani, K., Asmawiyah, A., Thaha, S., & Hariyanti, H. (2021). Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Transportasi Online Maxim di Makassar. *Al-Buhuts*, 17(1), 142-161.
- Karim, H. A., Lis Lesmini, S. H., Sunarta, D. A., SH, M., Suparman, A., SI, S., ... & Bus, M. (2023). *Manajemen transportasi*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Novianto, D., & Akbar, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online. *Jurnal Ekonomi*, 24(2), 213-226.
- Ramadhan, M. B. (2022). PENGARUH PERSEPSI HARGA TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PENGGUNA JASA APLIKASI MAXIM (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Maxim di Bandar Lampung).
- Sa'adah, L. (2020). *Kualitas layanan, harga, citra merk serta pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen*. LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.

Surianto, K. N., & Istriani, E. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Grab-Cardi Yogyakarta.

Wijaya, A. (2022). Aspek hukum bisnis transportasi jalan online. Sinar Grafika.

YEKTI, A. N. (2023). *TINJAUAN HUKUM ISLAM DAN HUKUM POSITIF TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PENGGUNAAN JASA MAXIM (Studi Di Maxim Kota Bandar Lampung)* (Doctoral dissertation, UIN RADEN INTAN LAMPUNG).

Yolanda, I. N., Bakti, D. K., & Nugeraha, P. (2023). STRATEGI MAXIM MENGEMBANGKAN TRANSPORTASI UNTUK MEMBERIKAN PELAYANAN DAN KENYAMANAN DI BANDAR LAMPUNG. *Jurnal Kompetitif Bisnis*, 1(11), 8-8.