JURNAL JENDELA PENGETAHUAN
Vol. 18. No. 2. Oktober 2025. pp. 242–252
p-ISSN: 1979-7842 e-ISSN: 3021-8314
Url: https://ojs3.unpatti.ac.id/index.php/jp/index
DOI: https://doi.org/10.30598/jp18iss2pp242–251

Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Online Maxim Terhadap Kepuasan Konsumen di Bentas Kecamatan Nusaniwe Kota Ambon

The Influence of Online Transportation Service Quality (Maxim) on Consumer Satisfaction in Bentas, Nusaniwe District, Ambon City

Juan J. Latupeirissa[1], Josef Papilaya[1]*, Stevie Sahusilawane[1]
[q]Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Pattimura

Article Info

Article history:
Received: 11-06-2025
Revised: 08-07-2025
Accepted: 23-09-2025
Published: 30-10-2025

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji pengaruh kualitas pelayanan transportasi online Maxim terhadap kepuasan konsumen di Bentas, Kecamatan Nusaniwe, Kota Ambon. Maxim, layanan asal Rusia yang masuk Indonesia sejak 2018, berkembang pesat karena tarifnya yang terjangkau dan aplikasi yang mudah digunakan. Di wilayah Bentas, layanan ini mulai diminati karena lebih murah dibanding pesaing seperti Gojek dan Grab. Penelitian ini dilakukan karena masih minimnya kajian terkait pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di Ambon. Dengan pendekatan kuantitatif dan analisis regresi, hasil studi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, di mana peningkatan satu satuan kualitas layanan meningkatkan kepuasan sebesar 0,381 satuan. Aspek pelayanan seperti keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati terbukti memengaruhi pengalaman konsumen secara langsung. Penelitian ini memberikan wawasan penting bagi Maxim dalam upaya meningkatkan kualitas layanan demi mendorong kepuasan dan loyalitas pelanggan di kawasan Bentas, Ambon.

Kata Kunci: transportasi online, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen

ABSTRACT

This study examines the influence of the service quality of the online transportation platform Maxim on consumer satisfaction in Bentas, Nusaniwe District, Ambon City. Maxim, a Russian-based service that entered the Indonesian market in 2018, has grown rapidly due to its affordable rates and user-friendly application. In Bentas, it has gained popularity for being more cost-effective than competitors like Gojek and Grab. The research was conducted due to the limited studies on how service quality affects customer satisfaction in Ambon. Using a quantitative approach and regression analysis, the findings show that service quality has a significant impact on consumer satisfaction, where an increase of one unit in service quality raises satisfaction by 0.381 units. Service aspects such as reliability, responsiveness, assurance, and empathy were found to directly influence the consumer experience. This study offers valuable insights for Maxim in improving its service quality to enhance customer satisfaction and foster loyalty in the Bentas area of Ambon.

Keywords: *online transportation, service quality, customer satisfaction*

Copyright: © 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Corresponding Author:
Josef Papilaya
Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Pattimura
Jl. Ir. M. Putuhena Poka Ambon
E-mail: papilaya@gmail.com
ORCID iD: https://orcid.org/0009-0001-9828-785X

Panduan Sitasi:
Latupeirissa, J. J., Papilaya, J & Sahusilawane, S. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Online Maxim Terhadap Kepuasan Konsumen di Bentas Kecamatan Nusaniwe Kota Ambon. *JURNAL JENDELA PENGETAHUAN*. 18(2), 242–252. https://doi.org/10.30598/jp18iss2pp242–252

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa dampak signifikan pada hampir seluruh sektor kehidupan, salah satunya sektor transportasi (Barus et al., 2024). Seiring dengan munculnya aplikasi transportasi online seperti Maxim, masyarakat kini dapat merasakan kemudahan dalam mengakses layanan transportasi yang cepat, praktis, dan efisien. Maxim, yang berasal dari Rusia, memasuki pasar Indonesia pada tahun 2018 dan telah berkembang pesat di berbagai kota, termasuk Ambon. Layanan transportasi online ini menawarkan harga yang lebih kompetitif dibandingkan dengan pesaing lainnya seperti Gojek dan Grab. Di Bentas, Kecamatan Nusaniwe, Kota Ambon, Maxim mulai mendapatkan perhatian masyarakat, terutama karena tarifnya yang lebih terjangkau dan kemudahan dalam menggunakan aplikasi. Kualitas pelayanan menjadi faktor yang sangat menentukan dalam mempertahankan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan loyalitas konsumen, sedangkan kualitas yang buruk dapat menyebabkan konsumen berpindah ke penyedia layanan lain. Di Ambon, penggunaan Maxim semakin meningkat, namun belum ada penelitian yang mendalam mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, khususnya di wilayah Bentas. Hal ini mendorong penulis untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan transportasi online Maxim terhadap kepuasan konsumen di Bentas, Kecamatan Nusaniwe, Kota Ambon.

Masalah yang dihadapi oleh banyak perusahaan transportasi online, termasuk Maxim, adalah bagaimana mempertahankan dan meningkatkan kepuasan konsumen. Sebagai layanan yang berbasis aplikasi, Maxim menghadapi persaingan ketat dengan penyedia layanan lain seperti Gojek dan Grab, yang juga telah memiliki pangsa pasar yang besar di Indonesia. Salah satu cara untuk memastikan kepuasan konsumen adalah dengan terus meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan (Sumual et al., 2021). Kualitas pelayanan ini meliputi beberapa dimensi, seperti kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati, yang secara langsung memengaruhi pengalaman konsumen dalam menggunakan layanan transportasi online (Onibala et al., 2020). Solusi umum untuk meningkatkan kepuasan konsumen dalam industri transportasi online adalah dengan memastikan bahwa setiap interaksi antara konsumen dan penyedia layanan berlangsung dengan baik (Purnandika et al., 2023). Ini termasuk memastikan pengemudi memiliki keterampilan dan sikap yang ramah, aplikasi berfungsi dengan baik, dan tarif yang transparan serta terjangkau. Selain itu, respons cepat terhadap keluhan dan masalah yang dihadapi konsumen juga penting untuk menjaga kepuasan pelanggan. Dalam konteks Maxim di Bentas, Kecamatan Nusaniwe, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana kualitas pelayanan Maxim dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen.

Penelitian mengenai kualitas pelayanan dalam industri transportasi online telah banyak dilakukan. Kualitas pelayanan berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang tinggi dapat menciptakan pengalaman yang menyenangkan bagi konsumen, sehingga mereka lebih cenderung untuk menggunakan layanan tersebut secara berulang (Liung et al., 2017). Kepuasan konsumen sangat dipengaruhi oleh kualitas produk atau layanan yang diberikan (Jong, 2021). Dalam konteks transportasi online, kualitas layanan mencakup berbagai aspek seperti kehandalan pengemudi, ketepatan waktu, serta kenyamanan selama perjalanan. Penelitian yang lebih spesifik mengenai transportasi online Maxim. Kualitas pelayanan yang mencakup faktor-faktor seperti kecepatan respon dan kemampuan pengemudi dalam memberikan layanan yang memadai berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen (Nareswari et al., 2024). Kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh harga dan kualitas layanan, yang menjadi kunci dalam mempertahankan loyalitas konsumen (Ritma et al., 2022). Berdasarkan temuan-temuan ini, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Maxim di Bentas, Kecamatan Nusaniwe, memiliki dampak yang signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen.

Beberapa penelitian terdahulu telah mengeksplorasi hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen dalam konteks transportasi online, baik untuk layanan Gojek, Grab, maupun Maxim. Namun, kebanyakan penelitian ini masih terbatas pada wilayah-wilayah tertentu seperti Jakarta, Surabaya, atau Yogyakarta, dan belum ada penelitian yang secara khusus mengkaji pengaruh kualitas pelayanan Maxim di kota-kota seperti Ambon. Penelitian oleh Prasetya dan Wijaksana (2021) tentang pengaruh harga, promosi, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di Bandung menunjukkan bahwa faktor kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan,

p-ISSN: 1979-7842
e-ISSN: 3021-8314

tetapi tidak memberikan gambaran khusus mengenai wilayah dengan pasar yang lebih kecil seperti Ambon. Kekosongan penelitian ini membuka peluang untuk meneliti lebih dalam bagaimana kualitas pelayanan Maxim di Ambon dapat memengaruhi kepuasan konsumen, khususnya di wilayah Bentas, Kecamatan Nusaniwe. Selain itu, peneliti juga dapat mengkaji faktor-faktor lain yang mungkin berperan dalam kepuasan konsumen, seperti perbedaan karakteristik demografis konsumen, frekuensi penggunaan layanan, dan faktor ekonomi seperti tarif transportasi.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan transportasi online Maxim terhadap kepuasan konsumen di Bentas, Kecamatan Nusaniwe, Kota Ambon. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai dimensi-dimensi kualitas pelayanan yang paling berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan Maxim, serta memberikan rekomendasi bagi Maxim untuk meningkatkan kualitas layanan di wilayah tersebut. Penelitian ini juga memiliki nilai kebaruan, karena belum ada penelitian yang mengkaji secara mendalam hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen Maxim di Ambon. Selain itu, penelitian ini akan memberikan kontribusi terhadap pemahaman tentang bagaimana faktor-faktor lokal dan demografis dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap layanan transportasi online. Berdasarkan hasil penelitian ini, diharapkan Maxim dapat memperbaiki aspek-aspek tertentu dari pelayanan yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen di Bentas, Kecamatan Nusaniwe, Kota Ambon.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan bahan-bahan yang meliputi sumber data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui kuesioner yang disebarkan kepada masyarakat pengguna layanan transportasi online Maxim di Bentas, Kecamatan Nusaniwe, Kota Ambon. Kuesioner tersebut mencakup berbagai variabel yang berkaitan dengan kualitas pelayanan Maxim dan kepuasan konsumen. Bahan sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa literatur, jurnal, dan studi terdahulu yang mendukung analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Prosedur pengambilan sampel dilakukan dengan teknik purposive sampling, dimana responden yang dipilih adalah mereka yang telah menggunakan aplikasi Maxim lebih dari dua kali. Responden juga harus berusia minimal 17 tahun, yang mencakup berbagai kalangan usia yang relevan dengan penggunaan layanan transportasi online. Sampel ini diambil dari masyarakat di Bentas, Kecamatan Nusaniwe, Kota Ambon, dengan mempertimbangkan keragaman demografis yang ada, seperti jenis kelamin, usia, status pekerjaan, dan pendapatan bulanan.

1. Sampel dan Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara langsung kepada para responden. Kuesioner terdiri dari dua bagian utama, yaitu pertanyaan tentang kualitas pelayanan yang diberikan oleh Maxim dan tentang tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan metode analisis regresi sederhana untuk menguji hubungan antara variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Dalam hal ini, variabel kualitas pelayanan yang diukur mencakup dimensi seperti kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Pengolahan data dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS untuk mendapatkan hasil yang valid dan reliabel.

2. Variabel penelitian

Untuk mengukur kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen, digunakan skala Likert dengan lima pilihan jawaban, mulai dari "Sangat Tidak Setuju" hingga "Sangat Setuju". Skala ini digunakan untuk menilai sejauh mana responden setuju atau tidak setuju dengan berbagai pernyataan yang berkaitan dengan pelayanan yang diterima dan kepuasan yang dirasakan. Penilaian kualitas pelayanan mencakup aspek-aspek seperti kehandalan pengemudi, ketepatan waktu, kenyamanan perjalanan, dan kemudahan dalam menggunakan aplikasi Maxim. Sementara itu, kepuasan konsumen diukur dengan membandingkan harapan konsumen terhadap layanan yang diterima.

p-ISSN: 1979-7842
e-ISSN: 3021-8314

3. Analisis Data

Analisis statistik dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan regresi linier sederhana untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Uji ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana perubahan dalam kualitas pelayanan dapat memengaruhi kepuasan konsumen. Selain itu, uji validitas dan reliabilitas juga dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dapat dipercaya dan memberikan hasil yang akurat. Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui proporsi variabilitas kepuasan konsumen yang dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan. Semua analisis ini dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Deskripsi Responden

Tabel 1 menyajikan deskripsi responden dalam penelitian ini, yang meliputi kategori jenis kelamin, pekerjaan, frekuensi penggunaan layanan, dan pendapatan per bulan. Tabel ini menunjukkan distribusi responden berdasarkan karakteristik demografis dan perilaku penggunaan layanan, dengan rincian jumlah dan persentase untuk setiap kategori. Data ini memberikan gambaran umum mengenai profil responden yang terlibat dalam penelitian, yang penting untuk analisis lebih lanjut terkait pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 1. Deskripsi Responden dalam Penelitian

No	Kategori	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
	Jenis Kelamin		
1	Laki-laki	28	56
2	Perempuan	22	44
	Jumlah		**100**
	Pekerjaan		
1	Karyawan Swasta	12	24
2	PNS	10	20
3	Pengusaha	8	16
4	Pelajar/Mahasiswa	12	24
5	Lain-lain	8	16
	Jumlah		**100**
	Frekuensi Penggunaan		
1	Dua kali	3	6
2	Lebih dua kali	47	94
	Jumlah		**100**
	Pendapatan Per Bulan		
1	< 500 ribu	11	22
2	500 – 1 juta	16	32
3	≥ 2 juta	23	46
	Jumlah		**100**

Tabel di atas memberikan gambaran lengkap mengenai profil responden dalam penelitian ini berdasarkan empat kategori utama, yaitu jenis kelamin, pekerjaan, frekuensi penggunaan layanan, dan pendapatan per bulan. Sebanyak 56% responden adalah laki-laki, sementara 44% adalah perempuan. Dalam hal pekerjaan, sebagian besar responden bekerja sebagai karyawan swasta (24%), diikuti oleh PNS (20%), pengusaha (16%), pelajar/mahasiswa (24%), dan lainnya (16%). Untuk frekuensi penggunaan layanan, mayoritas responden (94%) menggunakan layanan lebih dari dua kali, sementara 6% menggunakannya dua kali. Mengenai pendapatan, mayoritas responden memiliki pendapatan bulanan lebih dari 2 juta (46%), diikuti oleh pendapatan antara 500 ribu hingga 1 juta (32%), dan di bawah 500 ribu (22%). Tabel ini memberikan informasi penting yang dapat digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi pengalaman dan kepuasan konsumen.

p-ISSN: 1979-7842
e-ISSN: 3021-8314

2. Kualitas Payanan terhadap Kepuasan Pelanggan

a. Uji Regresi Sederhana

Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana yang dilakukan untuk menguji pengaruh antara kualitas pelayanan transportasi online Maxim terhadap kepuasan konsumen di Bentas, Kecamatan Nusaniwe, Kota Ambon, ditemukan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil regresi menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar 0,381 dengan nilai signifikansi sebesar 0,003, yang lebih kecil dari 0,05, yang menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen adalah signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,381 satuan. Tabel 2 berikut menunjukkan hasil uji regresi sederhana yang digunakan untuk menguji hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen:

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Sederhana

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	33,110	6,404		5,171	,000
	KUALITAS PELAYANAN	,381	,121	,415	3,157	,003

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Persamaan regresi linier sederhana yang diperoleh adalah:

$$Y = 33{,}110 + 0{,}381X$$

Dari perumusan ini, dapat disimpulkan bahwa nilai konstanta 33,110 menunjukkan bahwa jika kualitas pelayanan (X) bernilai 0, maka kepuasan konsumen (Y) akan bernilai 33,110. Sementara itu, koefisien 0,381 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan dalam kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,381. Penemuan ini konsisten dengan berbagai penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan konsumen, terutama dalam industri transportasi online. Sebagai contoh, Tjiptono (2012) dalam penelitiannya menegaskan bahwa kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, dan dalam banyak kasus, faktor kualitas pelayanan menjadi salah satu pendorong utama loyalitas pelanggan. Penelitian ini juga sejalan dengan temuan Kotler dan Keller (2016) yang mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas layanan yang diberikan, termasuk ketepatan waktu, keandalan, kemudahan, serta faktor interpersonal yang ditunjukkan oleh pengemudi. Namun, ada beberapa aspek yang membedakan temuan dalam penelitian ini dengan penelitian sebelumnya. Sebagian besar studi tentang kualitas pelayanan dalam transportasi online berfokus pada kota-kota besar seperti Jakarta atau Surabaya, sedangkan penelitian ini terfokus pada kota yang lebih kecil, yakni Ambon. Di kota-kota besar, kualitas pelayanan sering kali menjadi perhatian utama penyedia layanan karena tingginya persaingan dan banyaknya pilihan yang tersedia bagi konsumen. Di sisi lain, penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun Ambon bukanlah kota besar dengan pasar transportasi yang sangat kompetitif, kualitas pelayanan masih memainkan peran penting dalam menentukan kepuasan konsumen. Hal ini menandakan bahwa meskipun di pasar yang relatif lebih kecil, perhatian terhadap kualitas pelayanan tetap krusial bagi penyedia layanan.

Beberapa penelitian sebelumnya menyebutkan bahwa faktor-faktor seperti harga dan kenyamanan juga turut mempengaruhi kepuasan konsumen dalam layanan transportasi online (Nurhikma et al., 2022). Meskipun harga dan kenyamanan dapat berperan dalam kepuasan

konsumen, temuan dalam penelitian ini menekankan bahwa kualitas pelayanan tetap menjadi faktor utama (Rizky et al., 2024). Penelitian ini juga menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan, seperti kecepatan respon, keramahan pengemudi, serta ketepatan waktu, memiliki dampak signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen di Bentas, Kecamatan Nusaniwe. Hal ini memperkuat argumen bahwa kualitas pelayanan bukan hanya berperan dalam menarik konsumen baru, tetapi juga dalam menjaga dan meningkatkan loyalitas konsumen yang sudah ada. Layanan transportasi online, ada hubungan yang sangat erat antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen (Andri et al., 2022). Mereka menekankan bahwa pengemudi yang ramah dan responsif, serta kemudahan penggunaan aplikasi, berkontribusi besar terhadap pengalaman positif pelanggan. Penelitian ini menambahkan wawasan lebih lanjut bahwa kualitas pelayanan yang tinggi dalam layanan transportasi online bukan hanya tentang memenuhi kebutuhan dasar konsumen, tetapi juga menciptakan pengalaman yang menyenangkan dan memuaskan bagi pengguna, yang pada akhirnya meningkatkan tingkat kepuasan secara keseluruhan.

Temuan dari penelitian ini memiliki beberapa implikasi penting, baik bagi penyedia layanan transportasi online seperti Maxim maupun bagi penelitian selanjutnya di bidang ini. Pertama, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu, penyedia layanan transportasi online harus lebih memfokuskan upaya mereka untuk meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat mempertahankan konsumen mereka dan menarik konsumen baru. Berdasarkan hasil regresi yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,381 satuan, Maxim dapat memperbaiki beberapa aspek dalam layanannya untuk meningkatkan kepuasan pengguna. Beberapa area yang dapat diperbaiki antara lain kecepatan respon dalam aplikasi, kualitas komunikasi antara pengemudi dan konsumen, serta peningkatan keterampilan dan sikap pengemudi dalam melayani konsumen. Selain itu, pengemudi Maxim juga perlu diberikan pelatihan lebih lanjut terkait cara berinteraksi dengan penumpang agar lebih ramah dan profesional. Dengan meningkatkan kualitas layanan di area-area tersebut, Maxim dapat meningkatkan tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen, yang akan memberikan keuntungan kompetitif di pasar transportasi online.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa meskipun kualitas pelayanan menjadi faktor dominan dalam kepuasan konsumen, faktor lain seperti harga dan kenyamanan juga berperan penting. Oleh karena itu, Maxim perlu mempertimbangkan untuk menawarkan tarif yang kompetitif, serta memastikan bahwa kendaraan yang digunakan dalam kondisi baik dan nyaman untuk perjalanan konsumen. Penggunaan teknologi dalam meningkatkan efisiensi, seperti pembaruan waktu estimasi kedatangan pengemudi dan penggunaan fitur keselamatan yang lebih baik, juga dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan kepuasan konsumen (Febriani, 2024). Secara keseluruhan, temuan ini memberikan bukti yang lebih kuat mengenai pentingnya kualitas pelayanan dalam industri transportasi online dan dapat menjadi dasar bagi strategi perbaikan kualitas yang lebih terfokus. Maxim harus memastikan bahwa pelayanan yang diberikan tidak hanya memenuhi harapan konsumen, tetapi juga melebihi ekspektasi mereka. Dengan cara ini, Maxim dapat menciptakan pengalaman pengguna yang lebih baik dan meningkatkan kepuasan konsumen secara keseluruhan, yang pada gilirannya akan meningkatkan daya saing mereka di pasar.

Temuan ini juga memberikan wawasan yang berguna bagi penelitian selanjutnya. Penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk studi lebih lanjut yang mengeksplorasi faktor-faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam layanan transportasi online, serta bagaimana kualitas pelayanan berinteraksi dengan faktor-faktor tersebut. Dengan memperluas cakupan penelitian ke faktor-faktor lain, seperti harga, kenyamanan, dan promosi, penelitian selanjutnya dapat memberikan gambaran yang lebih lengkap mengenai dinamika kepuasan konsumen dalam industri ini.

b. Uji Hipotesis

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan menggunakan uji t untuk menguji pengaruh variabel independen (kualitas pelayanan) terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen), ditemukan bahwa nilai t_hitung sebesar 3,157 lebih besar dari nilai t_tabel 1,677 pada tingkat signifikansi 5% (α = 0,05). Nilai signifikansi yang diperoleh adalah 0,003, yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis alternatif (Ha) diterima, sementara hipotesis nol (Ho) ditolak. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan transportasi online Maxim memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di Bentas, Kecamatan Nusaniwe, Kota Ambon. Tabel 3 berikut menunjukkan hasil uji hipotesis yang digunakan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen:

Tabel 3. Hasil Uji Hipotesis

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	33,110	6,404		5,171	,000
	KUALITAS PELAYANAN	,381	,121	,415	3,157	,003

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji t di atas, nilai t_hitung sebesar 3,157 lebih besar daripada nilai t_tabel (3,157 ≥ 1,677) dan tingkat signifikansi sebesar 0,003 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen diterima, dan hipotesis nol ditolak. Hasil uji hipotesis ini sangat mendukung literatur yang ada mengenai pentingnya kualitas pelayanan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan yang baik tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga menciptakan loyalitas konsumen (Damanik et al., 2024), Kualitas pelayanan adalah salah satu faktor utama yang memengaruhi kepuasan pelanggan dalam berbagai industri, termasuk transportasi online (Haladi, 2015). Kualitas pelayanan dalam sektor transportasi online, seperti ketepatan waktu, responsivitas pengemudi, dan kenyamanan selama perjalanan, berkontribusi signifikan terhadap kepuasan konsumen. Namun, yang membedakan penelitian ini adalah fokus pada Maxim di wilayah Bentas, Kecamatan Nusaniwe, yang menunjukkan bahwa meskipun pasar yang lebih kecil, pengaruh kualitas pelayanan tetap menjadi faktor dominan dalam kepuasan konsumen.

Dibandingkan dengan beberapa penelitian sebelumnya yang berfokus pada kota-kota besar, penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun Ambon tidak sebesar Jakarta atau Surabaya dalam hal pasar transportasi online, kualitas pelayanan tetap memegang peranan penting. Ini menunjukkan bahwa di mana pun layanan diberikan, kualitas pelayanan tetap menjadi faktor yang harus diperhatikan oleh penyedia layanan untuk menjaga kepuasan dan loyalitas konsumen. Temuan dari uji hipotesis ini memiliki implikasi penting bagi penyedia layanan transportasi online seperti Maxim. Dengan hasil yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, perusahaan perlu lebih fokus pada perbaikan dan peningkatan kualitas pelayanan untuk mempertahankan konsumen yang sudah ada dan menarik konsumen baru. Beberapa area yang perlu diperhatikan meliputi ketepatan waktu pengemudi, komunikasi yang lebih baik antara pengemudi dan konsumen, serta kenyamanan kendaraan yang digunakan.

Temuan ini juga memberikan petunjuk bahwa tidak hanya faktor harga atau promosi yang harus diperhatikan oleh Maxim, tetapi juga faktor kualitas pelayanan yang menjadi pendorong utama kepuasan konsumen. Peningkatan kualitas pelayanan ini dapat dilakukan melalui pelatihan lebih lanjut bagi pengemudi, peningkatan fitur-fitur dalam aplikasi, serta menyediakan layanan pelanggan yang responsif. Secara lebih luas, temuan ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan harus menjadi prioritas utama dalam strategi pengembangan layanan di pasar transportasi online,

terlepas dari ukuran pasar atau lokasi geografis. Dengan mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan, Maxim dapat menciptakan pengalaman yang lebih memuaskan bagi konsumen, yang pada gilirannya akan meningkatkan loyalitas pelanggan dan memberikan keunggulan kompetitif di pasar transportasi online yang semakin berkembang. Penelitian ini juga memberikan wawasan bagi penelitian selanjutnya untuk menggali lebih dalam faktor-faktor lain yang dapat berinteraksi dengan kualitas pelayanan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen. Faktor-faktor seperti harga, kenyamanan, dan kecepatan layanan juga perlu diperhitungkan dalam strategi peningkatan kualitas layanan untuk memastikan bahwa kepuasan konsumen tetap terjaga. Hal ini membuka peluang untuk penelitian lebih lanjut yang dapat mengidentifikasi variabel lain yang mungkin berperan dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik di sektor transportasi online.

c. Uji Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, ditemukan bahwa nilai R Square yang diperoleh sebesar 0,172. Ini menunjukkan bahwa kontribusi pengaruh dari variabel independen, yaitu kualitas pelayanan (X), terhadap variabel dependen, yaitu kepuasan konsumen (Y), dalam model regresi linier sederhana ini adalah sebesar 17,2%. Dengan kata lain, sekitar 17,2% variasi dalam kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan yang diberikan oleh Maxim. Sementara itu, sisanya, yaitu 82,8%, dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Koefisien determinasi ini memberikan gambaran seberapa besar kekuatan hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen, meskipun masih terdapat banyak faktor lain yang turut memengaruhi kepuasan konsumen. Tabel 4 berikut menunjukkan hasil uji koefisien determinasi yang digunakan untuk mengukur sejauh mana kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen:

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,415[a]	,172	,155	1,152

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai R Square sebesar 0,172 mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang relatif kecil terhadap kepuasan konsumen, namun tetap signifikan. Hal ini mengisyaratkan bahwa meskipun kualitas pelayanan berperan penting, ada banyak faktor lain yang turut mempengaruhi kepuasan konsumen yang perlu diperhatikan oleh Maxim. Hasil uji koefisien determinasi ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa meskipun kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, kontribusinya tidak sepenuhnya dapat menjelaskan variabilitas dalam kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan memang berperan besar dalam kepuasan pelanggan, namun dalam banyak kasus (Sinollah et al., 2019), masih ada faktor-faktor lain seperti harga, kenyamanan, dan faktor psikologis yang turut mempengaruhi kepuasan konsumen. Dalam penelitian ini, meskipun kualitas pelayanan memiliki kontribusi sebesar 17,2%, ada 82,8% faktor lain yang tidak dianalisis dalam penelitian ini yang turut mempengaruhi kepuasan konsumen. Banyak faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan selain kualitas pelayanan, seperti pengalaman emosional, harga, dan kenyamanan (Ngatmo et al., 2015). Hal ini menjelaskan mengapa meskipun kualitas pelayanan memberikan kontribusi signifikan terhadap kepuasan konsumen, sebagian besar variabilitas dalam kepuasan masih dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Dengan demikian, penelitian ini mengonfirmasi temuan-temuan

tersebut dan menekankan bahwa meskipun kualitas pelayanan sangat penting, faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini juga berperan besar dalam menciptakan kepuasan konsumen.

Aspek kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dalam transportasi online juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan, tetapi faktor-faktor lain seperti harga dan promosi turut memperbesar efek tersebut (Mardjani et al., 2023). Penelitian ini juga menyarankan agar penyedia layanan tidak hanya berfokus pada kualitas pelayanan, tetapi juga pada faktor lain yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen secara keseluruhan. Temuan ini memberikan beberapa implikasi penting bagi penyedia layanan transportasi online seperti Maxim. Meskipun kualitas pelayanan berperan dalam meningkatkan kepuasan konsumen, kontribusinya tidaklah cukup besar untuk menjelaskan sepenuhnya tingkat kepuasan yang dialami oleh konsumen. Oleh karena itu, Maxim perlu mempertimbangkan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, seperti harga yang kompetitif, kenyamanan kendaraan, dan kemudahan penggunaan aplikasi. Dengan kata lain, untuk benar-benar meningkatkan kepuasan konsumen, Maxim tidak hanya perlu meningkatkan kualitas pelayanan, tetapi juga harus memperhatikan elemen-elemen lain yang dapat menciptakan pengalaman pengguna yang lebih baik secara keseluruhan. Salah satu rekomendasi untuk Maxim adalah melakukan survei lebih lanjut atau penelitian lanjutan yang dapat mengidentifikasi faktor-faktor lain yang turut mempengaruhi kepuasan konsumen, seperti harga, kenyamanan, dan preferensi pribadi konsumen. Selain itu, Maxim dapat melakukan analisis lebih mendalam terhadap faktor-faktor tersebut untuk menemukan cara-cara baru untuk meningkatkan kualitas layanan yang lebih holistik dan menyeluruh. Dengan memperhatikan faktor-faktor ini, Maxim dapat meningkatkan kepuasan konsumen secara signifikan dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Meskipun kualitas pelayanan terbukti memberikan kontribusi signifikan terhadap kepuasan konsumen, hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa penyedia layanan transportasi online seperti Maxim perlu terus berinovasi dan mengembangkan layanan secara menyeluruh. Pengalaman konsumen dalam menggunakan layanan transportasi tidak hanya ditentukan oleh faktor teknis seperti keandalan dan daya tanggap, tetapi juga dipengaruhi oleh kenyamanan, keamanan, keterjangkauan, serta faktor emosional seperti empati dari pengemudi. Dalam pasar yang sangat kompetitif, diferensiasi layanan menjadi kunci utama untuk mempertahankan pelanggan. Dengan terus meningkatkan kualitas pelayanan, memperhatikan feedback pelanggan, serta menerapkan teknologi berbasis kebutuhan pengguna, Maxim dapat menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Inovasi yang responsif terhadap tren pasar dan preferensi lokal juga menjadi langkah strategis untuk memperluas pangsa pasar dan memperkuat loyalitas konsumen, khususnya di wilayah-wilayah berkembang seperti Bentas, Ambon.

Penelitian ini juga membuka ruang untuk eksplorasi lebih lanjut terhadap faktor-faktor lain yang memengaruhi kepuasan konsumen dalam layanan transportasi online. Misalnya, aspek kenyamanan aplikasi, waktu tunggu, kualitas kendaraan, hingga interaksi sosial antara pengemudi dan penumpang dapat menjadi objek studi berikutnya. Penelitian lanjutan yang lebih mendalam dengan pendekatan kualitatif atau campuran (mixed methods) dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai perilaku dan harapan konsumen. Hasil studi lanjutan ini akan sangat bermanfaat bagi Maxim maupun penyedia layanan serupa dalam merancang strategi pemasaran, peningkatan layanan, serta pengembangan fitur-fitur digital yang lebih relevan dengan kebutuhan pengguna. Dengan demikian, perusahaan tidak hanya mampu meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga memperkuat posisi bisnisnya di tengah persaingan industri transportasi digital yang terus berkembang.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan Maxim memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam kualitas pelayanan dapat meningkatkan kepuasan konsumen

sebesar 0,381 satuan. Selain itu, uji hipotesis mengkonfirmasi bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan tingkat signifikansi yang lebih kecil dari 0,05, yaitu 0,003. Namun, meskipun kualitas pelayanan berperan penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen, kontribusinya hanya sebesar 17,2%, yang menunjukkan bahwa masih ada banyak faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen, seperti harga, kenyamanan, dan faktor emosional yang belum dianalisis dalam penelitian ini. Oleh karena itu, Maxim perlu memperhatikan faktor-faktor tambahan ini dalam strategi peningkatan layanan untuk menciptakan pengalaman yang lebih memuaskan bagi konsumen dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Secara keseluruhan, temuan ini memberikan kontribusi bagi pemahaman tentang pentingnya kualitas pelayanan dalam industri transportasi online, serta membuka peluang bagi penelitian lanjutan untuk menggali faktor-faktor lain yang turut mempengaruhi kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Abdillah, L. A., Mappanyompa, Pattiasina, J., Sabtohadi, J., Isma, A., Effiyaldi, M., Mulyodiputro, D., Zainuddin Rela, I., Wijayanti, N. S., Wuritimur, P. V., Pradana, I. P. Y. B., Tasman, A., Igie D, R., Rudiansyah, & Hasan, R. (2024). Metode penelitian kuantitatif (Konsep dan aplikasi). Indonesia: CV. Mega Press Nusantara

Andri, W., Manajemen, P., Tinggi, S., Ekonomi, I., Aprianti, K., Manajemen, P., Tinggi, S., & Ekonomi, I. (2022). The Effect Of Service Quality And Trust On Consumer Satisfaction Users Of Online Grab Ojek Transportation In Bima City. *Jurnal Ilmu Manajemen Profitability*, *6*(2), 317–324.

Barus, D. R., Simangunsong, J. S., Engelika, S., Ginting, B., & Saragih, S. (2024). *Pengaruh Perkembangan Teknologi Informasi Terhadap Pasar Global The Influence Of Information Technology Developments On Global Markets*. 495–500.

Damanik, K., Sinaga, M., Sihombing, S., Hidajat, M., & Prakoso, O. S. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan, Kebijakan Publik dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, *5*(2), 76–85. https://doi.org/10.38035/jmpis.v5i2.1834

Febriani, M. H. D. (2024). *Analisis Kecepatan Pengiriman, Akurasi Pelacakan dan KualitasPelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. *1*(4), 1–8.

Haladi, A. Y. (2015). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Gojek Di Kota Surabaya Athira Yasmin Haladi Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya*. 1–17.

Jong, N. W. (2021). Pengaruh Kualias Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pt. Sentra Oli, Pare Pare, Sulawesi Selatan. *Performa*, *6*(2), 162–171. https://doi.org/10.37715/jp.v6i2.2076

Kubangun, N. A. (2022). Membongkar kemiskinan subaltern. Purbalingga: Diva Pustaka.

Kubangun, N. A., & Sopacua, J. (2022). Sosiologi. Purbalingga: Diva Pustaka Liung, H., & Syah, T. Y. R. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dalam Meningkatkan Loyalitas di Moderasi Harga. *Jurnal Ekonomi*, *8 (2)*(9).

Mardjani, B. D., Lapian, S. L. H. V. J., & Mangantar, M. (2023). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Transportasi Online (Studi Kasus Gojek Dan Maxim Di Kota Manado). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, *11*(1), 942–952. https://doi.org/10.35794/emba.v11i1.46658

Nareswari, A. N., & Suryaningsih, A. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kecepatan Respons Terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Marugame Udon*.

Ngatmo, & Bodroastuti, T. (2015). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan pada PT. Sido Muncul Semarang. *Jurnal Kajian Akuntansi Dan Bisnis*, 1–25. https://www.neliti.com/publications/103095/faktor-faktor-yang-mempengaruhi-kepuasan-pelanggan-pada-pt-sido-muncul-semarang

Nurhikma, T., Fauzi, A., Putri, S. C. T., Asmarani, D., Damayanti, V., & Thalitha, R. F. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Layanan Transportasi Online (Go-Jek) : Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, *3*(6), 646–656.

Onibala, J., & Raintung, S. M. M. C. (2020). Analisis Perbandingan Kepuasan Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Jasa Ojek Online Gojek Dan Grab Bike (Study Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Daan Bisnis Unsrat). *Jurnal EMBA*, *8*(3), 41–50.

Purnandika, R. A., & Septiana, H. (2023). Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Transportasi Umum di Jakarta. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi (JIMEA)*, *1*(2), 25–32. https://doi.org/10.62017/jimea.v1i2.226

Ritma, R., & Magdalena, L. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *FOKUS : Publikasi Ilmiah Untuk Mahasiswa, Staf Pengajar Dan Alumni Universitas Kapuas Sintang*, *20*(1), 286–299. https://doi.org/10.51826/fokus.v20i1.580

Rizky, M. L., & Suyuthie, H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Dan Karya Mahasiswa*, *2*(4), 259–269. https://doi.org/10.54066/jikma.v2i4.2359

Sidik, S., Andari, S., Mahrida, Sianipar, T. Y. G., Putri, V. K., Amalia, M., Rawati, I., Flora, H. S., Kubangun, N. A., Tilome, A. A., Besituba, I., Amane, A. P. O., & Prayogi, A. (2023). Dasar ilmu sosiologi. Solok, Sumatera Barat: PT Mafy Media Literasi Indonesia

Sinollah, & Masruro. (2019). Dalam Membentuk Kepuasan Pelanggan Sehingga Tercipta Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Toko Mayang Collection cabang Kepanjen). *Jurnal Dialektika*, *4*(1), 45–64.

Sumual, Y. M., Kalangi, J. A. F., & Mukuan, D. D. S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Otomoto Mantos. *Productivity*, *2*(5), 397.

Syukur, M., Rajab, M. A., Akbar, H., Sumitro, Mukti, I., Marsuki, N. R., Masni, S., Nismawati, Hardianti, A., Ramlafatma, Syarifuddin, Fajrin, S. N., Ufie, A., Suparman, & Mario. (2022). Tokoh kewirausahaan sosial. Makassar: Badan Penerbit UNM

Touwe, S., & Lasaiba, M. A. (2024). Penelitian kualitatif. Bandung: Insight Mediatama. ISBN 9786238564729

Uffie, A., & Wa Ima. (2025). Merdeka berpikir, merdeka menulis: Praktik seminar dan karya ilmiah dalam pendidikan sejarah (R. W. Krisna, Ed.). Malang: Pustaka