

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA LAYANAN MAXIM DIKOTA TIMIKA

Jihan Arlitania Utami¹, Klansina J.N Korisano², Klarita Novela Wenda³, Jhosua Frans Rumarar⁴, Yahya Nusa⁵

jihanarlitaniautami@gmail.com¹, klansina.j.n.korisano@gmail.com²,
klaritawenda@gmail.com³, jhosuafrans6@gmail.com⁴, yahya.nusa@gmail.com⁵

Stie Jembatan Bulan

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pengguna layanan Maxim di Kota Timika. Dalam era globalisasi dan kemajuan teknologi digital, kepuasan pelanggan menjadi kunci untuk mempertahankan pangsa pasar. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan asosiatif, melibatkan 100 responden yang dipilih secara purposive sampling. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa hanya variabel harga yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan kualitas jasa, pelayanan, dan aksesibilitas tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Temuan ini menekankan pentingnya pengelolaan harga yang optimal untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, serta perlunya evaluasi berkelanjutan terhadap aspek-aspek lain untuk memberikan pengalaman yang lebih baik.

Kata Kunci: Kualitas Jasa, Harga, Pelayanan, Aksesibilitas, Kepuasan Pelanggan.

Abstract

This study aims to identify factors that influence customer satisfaction of Maxim service users in Timika City. In the era of globalization and digital technology advancement, customer satisfaction is the key to maintaining market share. The method used is quantitative with a descriptive and associative approach, involving 100 respondents selected by purposive sampling. The results of the regression analysis show that only the price variable has a significant effect on customer satisfaction, while service quality, service, and accessibility do not show a significant effect. These findings emphasize the importance of optimal price management to improve customer satisfaction, as well as the need for continuous evaluation of other aspects to provide a better experience.

Keywords: Service Quality, Price, Service, Accessibility, Customer Satisfaction.

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi yang ditandai oleh kemajuan teknologi digital, bisnis di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat. Perusahaan-perusahaan berlomba-lomba untuk meningkatkan pangsa pasar mereka melalui inovasi dan pemenuhan kebutuhan pelanggan. Salah satu wujud nyata dari fenomena ini adalah kemunculan berbagai startup digital di berbagai sektor, termasuk sektor transportasi. Layanan transportasi berbasis aplikasi telah menjadi bagian integral dari kehidupan modern, memberikan kemudahan dalam mobilitas sehari-hari.

Dalam era digital saat ini, perusahaan jasa transportasi harus dapat memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan dengan lebih baik untuk membuat pelanggan lebih bahagia. Namun, masih banyak perusahaan jasa transportasi yang belum dapat memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan, sehingga menyebabkan kepuasan pelanggan yang rendah. Menurut Kotler (M. Mulyana & Maulana, 2013), kepuasan pelanggan adalah perasaan sangat senang atau kesan seseorang berasal dari perbandingan antar kesannya terhadap kinerja (atau hasilnya) suatu produk dengan harapan – harapannya.

Layanan transportasi berbasis aplikasi telah menjadi bagian penting dari kehidupan modern di era teknologi yang berkembang pesat. Maxim, sebuah perusahaan

teknologi internasional yang menawarkan layanan transportasi daring, telah berkembang pesat di Indonesia sejak 2018. Selain layanan transportasi, Maxim juga menyediakan layanan tambahan seperti pesan-antar makanan dan barang, serta layanan kargo. Dengan menawarkan kemudahan, kecepatan, dan harga yang kompetitif, Maxim berhasil menarik perhatian masyarakat Indonesia yang membutuhkan solusi mobilitas yang efisien.

Perusahaan jasa transportasi seperti Maxim sangat bergantung pada kepuasan pelanggannya, karena di era digital saat ini, konsumen memiliki banyak pilihan dan dapat dengan mudah membandingkan harga, layanan, dan lokasi antara perusahaan-perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan jasa transportasi harus dapat memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan dengan lebih baik untuk meningkatkan kepuasan mereka. Philip Kotler (M. Mulyana & Maulana, 2013) mengatakan kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan persepsi atau kesan mereka tentang kinerja (atau hasil) suatu produk dengan harapan mereka.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Maxim di Kota Timika. Sebagai salah satu kota berkembang di Indonesia, layanan transportasi yang murah dan efisien menjadi lebih penting. Namun, keterbatasan infrastruktur transportasi umum membuat orang beralih ke layanan online seperti Maxim. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di Timika, perusahaan dapat meningkatkan kualitas layanan mereka dan memenuhi kebutuhan masyarakat setempat.

Beberapa penelitian sebelumnya telah mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam layanan transportasi daring. Misalnya, penelitian oleh (Tsalisa et al., 2022) di Kota Semarang menemukan bahwa kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi online Maxim. Penelitian lain oleh (Erica & Al Rasyid, 2018) menyoroti pentingnya kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi informasi dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan jasa transportasi online di Jakarta.

Pelanggan layanan transportasi online sangat tertarik dengan harga yang kompetitif. (Rajagukguk & Rustam, 2024) menemukan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Maxim. Sedangkan (Utari & Amanda, 2021) juga menemukan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Maxim.

Dalam konteks layanan Maxim di Timika, kualitas jasa, harga, pelayanan, aksesibilitas akan menjadi fokus penelitian ini. Diharapkan hasilnya akan membantu meningkatkan kepuasan pelanggan dan menjadi referensi untuk studi lebih lanjut tentang kepuasan pelanggan dalam layanan transportasi online. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan maxim. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan untuk meningkatkan kepuasan pengguna jasa transportasi maxim di Timika dan dapat juga digunakan sebagai referensi untuk penelitian lainnya yang terkait dengan kepuasan pelanggan.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan asosiatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel Kualitas Jasa, Harga, Pelayanan, dan Aksesibilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna layanan Maxim di Kota Timika. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengolah data yang

diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner.

Lokasi dan waktu penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Timika, Papua Tengah. Waktu penelitian dilaksanakan selama bulan April-Mei 2025, dimulai dari penyusunan instrumen, pengumpulan data, hingga analisis data.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna layanan transportasi online Maxim di Kota Timika. Sampel penelitian ditentukan menggunakan metode purposive sampling, yaitu hanya responden yang pernah menggunakan layanan Maxim minimal dua kali dalam tiga bulan terakhir. Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan sebanyak 100 responden, yang dianggap representatif untuk mewakili persepsi pelanggan terhadap X_1 = Kualitas Jasa X_2 = Harga X_3 = Pelayanan X_4 = Aksesibilitas dan Y = Kepuasan Pelanggan.

Teknik Pengumpulan data

Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang telah ditentukan. Kuesioner disusun dengan menggunakan skala Likert 5 poin yaitu, 1. Sangat Setuju 2. Setuju 3. Cukup Setuju 4. Tidak setuju 5. Sangat Tidak Setuju. Setiap variabelnya diukur dengan 5 pernyataan.

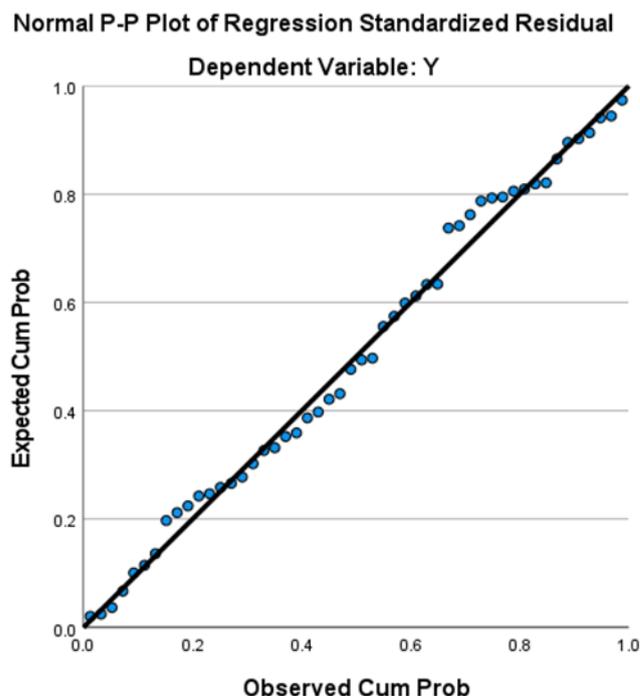
HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan langkah penting dalam penelitian ini untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual adalah salah satu metode grafis yang digunakan untuk menguji asumsi normalitas residual dalam analisis regresi. Tujuan dari asumsi ini adalah memastikan bahwa residual (selisih antara nilai observasi dan nilai prediksi dari model regresi) menyebar secara normal.

Grafik 1. Uji Normalitas



Grafik yang ditampilkan merupakan Normal P-P Plot dari residual standar regresi untuk variabel dependen Y. Tujuan dari uji ini adalah untuk mengevaluasi apakah residual (kesalahan prediksi) dari model regresi mengikuti distribusi normal, yang merupakan salah satu asumsi penting dalam analisis regresi klasik. Dalam grafik tersebut, titik-titik biru mewakili distribusi kumulatif aktual dari residual standar, sedangkan garis diagonal hitam mewakili distribusi kumulatif yang diharapkan jika residual mengikuti distribusi normal. Berdasarkan grafik, terlihat bahwa sebagian besar titik berada dekat dengan garis diagonal, tanpa pola penyimpangan yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa residual dari model regresi cenderung berdistribusi normal, sehingga dapat disimpulkan bahwa asumsi normalitas terpenuhi.

Uji Multikolineritas

Menurut (Ridena, 2020) Uji Multikolineritas adalah Pengujian yang dilakukan untuk melihat ada atau tidaknya hubungan linear antar dua atau lebih variabel bebas. Jika tolerance lebih besar dari 0,10 dapat diartikan tidak terdapat multikolineritas, sedangkan jika lebih kecil ada multikolineritas. Jika VIF lebih kecil dari 10 dikatakan tidak terdapat multikolineritas, sedangkan jika lebih besar dari 10 terdapat multikolineritas.

Tabel 1. Uji Multikolineritas

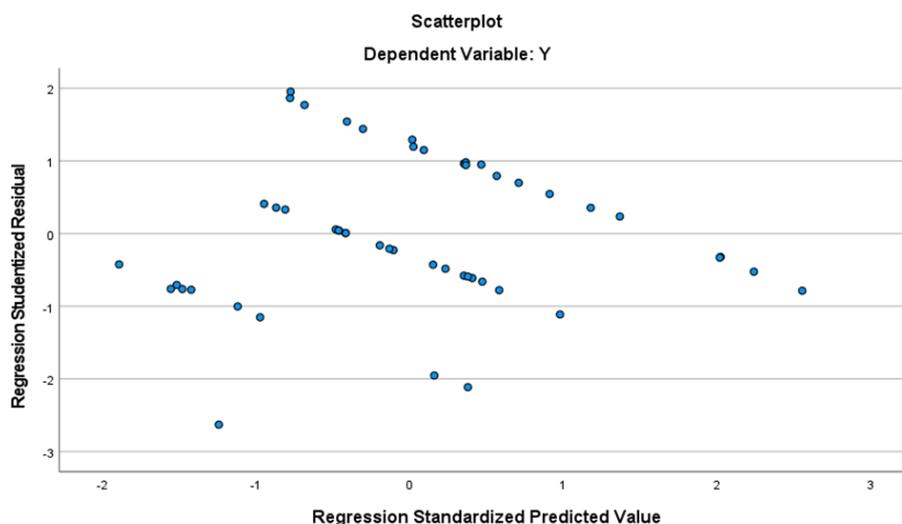
		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	4.835	3.429		1.410	.165		
	X1	.200	.330	.148	.605	.548	.234	4.281
	X2	.747	.265	.543	2.822	.007	.375	2.665
	X3	-.232	.269	-.170	-.862	.393	.356	2.812
	X4	.129	.182	.106	.705	.484	.620	1.612

a. Dependent Variable: Y

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai nilai diatas 0,10 dan nilai VIF kurang dari 0,10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolineritas atau lolos uji multikolineritas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 2. Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan scatterplot tersebut, titik-titik residual tampak tersebar secara acak di sekitar garis nol, tanpa membentuk pola tertentu seperti kipas (fan shape), corong (cone), atau lengkungan. Sebaran titik yang relatif merata ini menunjukkan bahwa varians dari residual cenderung konstan di seluruh nilai prediksi, yang berarti tidak ada indikasi kuat adanya heteroskedastisitas. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi homoskedastisitas, sehingga hasil analisis dapat diinterpretasikan secara lebih andal dan tidak mengandung bias akibat varians residual yang tidak stabil.

Persamaan Regresi Linear Berganda

Tabel 3. Hasil Pengujian Analisis Regresi Berganda

		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.835	3.429		1.410	.165		
	X1	.200	.330	.148	.605	.548	.234	4.281
	X2	.747	.265	.543	2.822	.007	.375	2.665
	X3	-.232	.269	-.170	-862	.393	.356	2.812
	X4	.129	.182	.106	.705	.484	.620	1.612

a. Dependent Variable: Y

Dengan demikian model analisis regresi pengaruh Kualitas Jasa (X1), Harga (X2), Pelayanan (X3), Aksesibilitas (X4) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sebagai berikut :

$$Y = 4,835 - 0,200 X1 + 0,747 X2 + -0,232 X3 + 0,129 X4$$

1. konstanta (Intercept) sebesar 4,835 menunjukkan bahwa jika seluruh variabel independen (X1, X2, X3, dan X4) bernilai nol, maka nilai Y diperkirakan sebesar 4,835.
2. Koefisien X1 sebesar 0,200 berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan pada X1 akan meningkatkan Y sebesar 0,200 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap.
3. Koefisien X2 sebesar 0,747 menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 satuan pada X2 akan meningkatkan Y sebesar 0,747 satuan, dengan asumsi variabel lainnya tetap. Nilai ini juga signifikan secara statistik (Sig. = 0,007 < 0,05), sehingga X2 merupakan prediktor yang berpengaruh signifikan terhadap Y.
4. Koefisien X3 sebesar -0,232 mengindikasikan bahwa setiap kenaikan 1 satuan pada X3 justru menurunkan nilai Y sebesar 0,232 satuan. Namun, koefisien ini tidak signifikan (Sig. = 0,393), sehingga pengaruhnya tidak dapat dianggap berarti dalam model.
5. Koefisien X4 sebesar 0,129 menunjukkan adanya kenaikan pada Y sebesar 0,129 satuan setiap X4 naik satu satuan, tetapi pengaruh ini juga tidak signifikan (Sig. = 0,484).

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Tabel 4. Uji t

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.835	3.429		1.410	.165		
	X1	.200	.330	.148	.605	.548	.234	4.281
	X2	.747	.265	.543	2.822	.007	.375	2.665
	X3	-.232	.269	-.170	-.862	.393	.356	2.812
	X4	.129	.182	.106	.705	.484	.620	1.612

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil uji t pada tabel di atas yang merujuk pada kolom Significance (Sig.), dapat dijelaskan bahwa hanya variabel X2 yang memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen Y. Nilai signifikansi untuk X2 adalah 0,007, yang lebih kecil dari ambang batas 0,05 ($\alpha = 5\%$). Hal ini menunjukkan bahwa X2 berpengaruh signifikan secara statistik terhadap Y.

Sementara itu, variabel X1, X3, dan X4 memiliki nilai signifikansi masing-masing 0,548, 0,393, dan 0,484, yang semuanya lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap Y secara individual dalam model regresi ini.

Hasil Uji Simultan (Uji F)

Tabel 5. Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	299.335	4	74.834	6.726	<,001 ^b
	Residual	500.665	45	11.126		
	Total	800.000	49			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X4, X3, X2, X1

Berdasarkan hasil uji F yang ditampilkan pada tabel ANOVA di atas, diperoleh nilai F sebesar 6,726 dengan nilai signifikansi $< 0,001$. Nilai signifikansi ini jauh lebih kecil dari tingkat signifikansi yang umum digunakan, yaitu 0,05 ($\alpha = 5\%$), yang berarti hasilnya signifikan secara statistik.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang dibangun — yang melibatkan variabel X1, X2, X3, dan X4 — secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen Y. Artinya, keempat variabel independen tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel Y, dan model regresi linear berganda ini layak digunakan untuk prediksi.

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.612 ^a	.374	.319	3.33555	2.441

a. Predictors: (Constant), X4, X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel hasil uji di atas, diperoleh nilai R Square sebesar 0,374 dan Adjusted R Square sebesar 0,319. Nilai R Square menunjukkan bahwa variabel-variabel independen (X1, X2, X3, dan X4) mampu menjelaskan sebesar 37,4% variasi yang terjadi pada variabel dependen Y. Sementara itu, nilai Adjusted R Square yang sebesar 31,9% memberikan estimasi yang lebih akurat terhadap proporsi variasi Y yang dijelaskan oleh model, karena telah disesuaikan dengan jumlah prediktor dan sampel. Sehingga dari hasil di atas bisa dipastikan bahwa uji yang digunakan sudah signifikan, hal ini menunjukkan bahwa model regresi ini bersifat moderat dalam menjelaskan hubungan antara variabel independen dan dependen.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan

Pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan dalam model regresi yang telah diuji menunjukkan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,548, yang secara statistik jauh lebih besar dari nilai alpha (0,05) yang umumnya digunakan sebagai batas signifikan. Nilai ini mengindikasikan bahwa secara statistik, variabel kualitas jasa tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada tingkat kepercayaan 95%. Dengan kata lain, kontribusi kualitas jasa dalam menjelaskan variasi atau perubahan pada kepuasan pelanggan tidak cukup kuat atau tidak meyakinkan secara statistik.

hasil ini bisa berarti bahwa meskipun secara teoritis kualitas jasa mungkin diasumsikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dalam data empiris yang digunakan untuk analisis ini, pengaruh tersebut tidak terbukti secara signifikan. Oleh karena itu, kualitas jasa bukan merupakan prediktor yang efektif atau relevan dalam menjelaskan variasi dari kepuasan pelanggan dalam model ini, dan kemungkinan besar terdapat variabel lain yang lebih dominan dalam memengaruhi kepuasan pelanggan.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan hasil yang signifikan secara statistik, dengan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,007, yang jauh lebih kecil dari ambang batas alpha 0,05. Dengan mempertimbangkan nilai signifikansi, koefisien regresi, dan nilai t hitung, dapat disimpulkan bahwa harga merupakan salah satu prediktor yang penting dan relevan dalam menjelaskan variasi dari kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, variabel harga layak untuk dipertahankan dan diprioritaskan dalam model analisis ini, karena secara empiris terbukti memberikan kontribusi yang berarti terhadap perubahan kepuasan pelanggan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan kontribusinya dalam model regresi ini bersifat nyata secara statistik.

Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,393, yang secara statistik jauh lebih besar dari batas signifikansi

yang umum digunakan, yaitu 0,05. Dengan demikian, berdasarkan hasil uji statistik, dapat disimpulkan bahwa pelayanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga keberadaannya dalam model tidak secara nyata menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, pelayanan tidak dapat dianggap sebagai prediktor yang penting dalam model regresi ini, dan kemungkinan dapat dipertimbangkan untuk dieliminasi dari model jika tujuan analisis adalah menyederhanakan model dengan hanya mempertahankan variabel-variabel yang berpengaruh signifikan.

Pengaruh Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan

Pengaruh variabel aksesibilitas terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,484, yang secara jelas lebih besar dari ambang signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat cukup bukti secara statistik untuk menyatakan bahwa variabel aksesibilitas berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian, dalam konteks model regresi linear berganda ini, aksesibilitas tidak memberikan kontribusi yang bermakna dalam menjelaskan perubahan yang terjadi pada kepuasan pelanggan.

Selain itu, nilai *t* hitung sebesar 0,705 yang tergolong rendah juga memperkuat bukti bahwa aksesibilitas tidak memberikan pengaruh yang cukup kuat terhadap kepuasan pelanggan. Dengan kata lain, variabel ini tidak memiliki kekuatan prediktif yang cukup untuk dapat dikatakan memengaruhi kepuasan pelanggan dalam model ini. Oleh sebab itu, aksesibilitas tidak dapat dianggap sebagai faktor penting dalam memodelkan variabel kepuasan pelanggan, dan bisa dipertimbangkan untuk diabaikan apabila tujuan analisis adalah menyusun model yang lebih ringkas dan fokus hanya pada variabel-variabel yang terbukti signifikan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, dapat disimpulkan bahwa dari keempat variabel independen yang diteliti yaitu Kualitas Jasa (X1), Harga (X2), Pelayanan (X3), dan Aksesibilitas (X4), hanya variabel Harga (X2) yang terbukti berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Hal ini dibuktikan melalui nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05, menunjukkan bahwa persepsi pelanggan terhadap harga yang wajar, sesuai, dan kompetitif menjadi faktor penting yang memengaruhi tingkat kepuasan mereka. Sementara itu, variabel Kualitas Jasa, Pelayanan, dan Aksesibilitas tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara statistik. Artinya, dalam penelitian ini, ketiga variabel tersebut belum mampu menjelaskan variasi kepuasan pelanggan secara berarti.

Berdasarkan temuan tersebut maka diajukan saran-saran sebagai masukan dan bahan pertimbangan agar penyedia jasa sebaiknya memprioritaskan pengelolaan harga secara optimal, karena harga terbukti menjadi faktor kunci dalam membentuk kepuasan pelanggan. Selain itu, meskipun kualitas jasa, pelayanan, dan aksesibilitas tidak berpengaruh signifikan secara statistik dalam penelitian ini, bukan berarti ketiganya tidak penting. Sebaiknya perusahaan tetap melakukan evaluasi dan peningkatan pada aspek tersebut, karena bisa jadi kurangnya pengaruh disebabkan oleh persepsi pelanggan yang belum maksimal terhadap kualitas dan pelayanan yang diberikan. Pengembangan strategi pemasaran, peningkatan pelatihan karyawan, serta kemudahan akses terhadap layanan tetap perlu diperhatikan guna menciptakan pengalaman yang lebih positif dan holistik bagi pelanggan, sehingga di masa mendatang variabel-variabel tersebut juga dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfatiyah, R. (2018). Analisis kualitas jasa periklanan dengan metode servqual dan quality function deployment (QFD) untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. *JITMI (Jurnal Ilmiah Teknik Dan Manajemen Industri)*, 1(1), 1–7. [http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1015918&val=15435&title=Analisis Kualitas Jasa Periklanan dengan Kombinasi Metode Servqual dan Quality Function Deployment QFD untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan](http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1015918&val=15435&title=Analisis%20Kualitas%20Jasa%20Periklanan%20dengan%20Kombinasi%20Metode%20Servqual%20dan%20Quality%20Function%20Deployment%20QFD%20untuk%20Meningkatkan%20Kepuasan%20Pelanggan)
- Erica, D., & Al Rasyid, H. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan dan Pemanfaatan Teknologi Informasi terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Jasa Transportasi Online Di Jakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Akademik Bina Sarana Informatika*, 16(2), 168–176.
- Farida, U. (2013). Pengaruh Aksesibilitas Terhadap Karakteristik Sosial Ekonomi Masyarakat Pedesaan Kecamatan Bumijawa Kabupaten Tegal. *Jurnal Wilayah Dan Lingkungan*, 1(1), 49. <https://doi.org/10.14710/jwl.1.1.49-66>
- Gultom, D. K., Arif, M., & Muhammad Fahmi. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan. *Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan*, 3(2), 273–282.
- Handayani, S., Wahyudin, N., & Khairiyansyah, K. (2019). Facilities, Accessibility and Travel Attractiveness on Tourist Satisfaction. *Jimb*, 20(2), 123–133. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/mbisnis/article/view/3228>
- Kanedi, I., Utami, F. H., & Zulita, L. N. (2017). Sistem Pelayanan Untuk Peningkatan Kepuasan Pengunjung Pada Perpustakaan Arsip Dan Dokumentasi Kota Bengkulu. *Pseudocode*, 4(1), 37–46. <https://doi.org/10.33369/pseudocode.4.1.37-46>
- Mulyana, A., & Ayuni, D. (2017). Hubungan Antara Kualitas Jasa, Citra Destinasi, Kepuasan Pengunjung Dan Niat Mengunjungi Kembali Taman Wisata Air Terjun Di Bogor. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 16(3), 163. <https://doi.org/10.25124/jmi.v16i3.333>
- Mulyana, M., & Maulana, M. (2013). Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Implikasinya Terhadap Citra Perusahaan. 1(2), 195–204. <https://doi.org/10.5281/zenodo.242280>
- Na'im, H. R., & Wiyadi. (2024). analisis pengaruh kualitas pelayanan, harga, citra merek dan word of mouth terhadap kepuasan pelanggan transportasi online (gojek). *Jurnal Lentera Bisnis*, 13(September), 1789–1805. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i3.1223>
- Parakkasi, I., & Kamiruddin, K. (2018). Analisis Harga Dan Mekanisme Pasar Dalam Perspektif Islam. *LAA MAISYIR: Jurnal Ekonomi Islam*, 5(1), 107–120. <https://doi.org/10.24252/laamaisyir.v5i1a5>
- Rajagukguk, S. P., & Rustam, T. A. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online Maxim Di Kota Batam. *Communnity Development Journal*, 5(1), 2456–2462.
- Ridena, S. (2020). Kemiskinan Dan Lingkungan: Perspektif Kemiskinan Di Perkotaan Dan Pedesaan. *Jurnal Litbang Sukowati : Media Penelitian Dan Pengembangan*, 5(1), 39–48. <https://doi.org/10.32630/sukowati.v5i1.196>
- Roheni, H., & Marwa, N. (2018). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ecodemica*, 2(2), 312–318. <https://doi.org/10.56341/amj.v1i1.202>
- Tri Nuryani, F., Nurkesuma Nurkesuma, & Baruna Hadibrata. (2022). Korelasi Keputusan Pembelian: Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(4), 452–462. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i4.977>
- Tsalisa, R. A., Hadi, S. P., & Purbawati, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Maxim di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 822–829. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.35970>
- Utari, D., & Amanda, N. R. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan

pelanggan pada jasa transportasi online maxim di kota Palembang. JEMBATAN (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Auditing, Dan Akuntansi), 6(2), 121-127.