

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Maxim Bentor Gorontalo (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNG)

Sintia Ajriani Harun
Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Gorontalo, Kota Gorontalo, Provinsi Gorontalo, Indonesia
Sintiaajrianiharun@mahasiswa.ung.ac.id

Hapsawati Taan
Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Gorontalo, Kota Gorontalo, Provinsi Gorontalo, Indonesia
hapsawatitaan@ung.ac.id

Djoko Lesmana Radji
Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Gorontalo, Kota Gorontalo, Provinsi Gorontalo, Indonesia
djokolesmanaradji@ung.ac.id

Article's History:

Received 13 January 2024; Received in revised form 20 January 2024; Accepted 29 January 2024; Published 1 February 2024. All rights reserved to the Lembaga Otonom Lembaga Informasi dan Riset Indonesia (KITA INFO dan Riset).

Suggested Citation:

Harun, S. A., Taan, H., Radji, D. L. (2024), Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Maxim Bentor Gorontalo (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNG). JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi). JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi), 10 (1). 167-174. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i1.1814>

Abstrak:

Salah satu faktor yang menjadi pertimbangan bagi pelanggan menginginkan produk/jasa adalah kualitas pelayanan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan maxim bentor Gorontalo. Metode penelitian jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Pengumpulan data penelitian menggunakan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Negeri Gorontalo dengan jumlah sampel sebanyak 96 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan maxim bentor Gorontalo dengan nilai koefisien determinasi sebesar 52,2%. Sedangkan sisanya sebesar 47,8% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

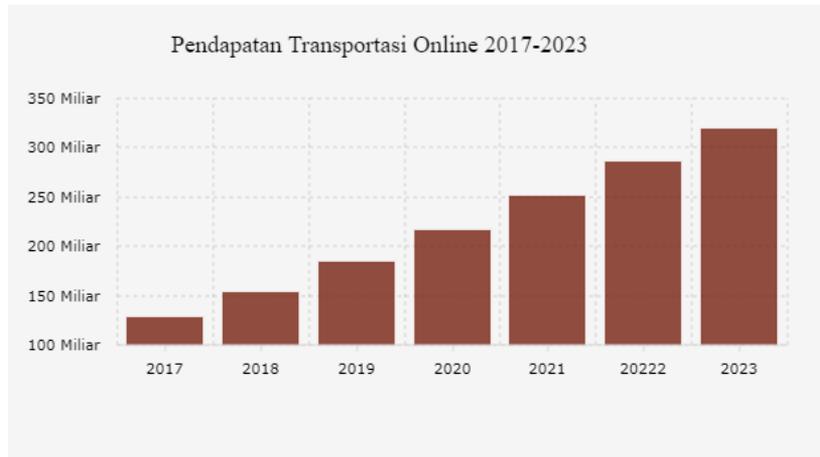
Kata Kunci: kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan

Pendahuluan

Di era modern ini, seiring berjalannya waktu Dalam dunia usaha yang bersifat dinamis, selalu mengalami perubahan setiap saat sehingga pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting untuk keberhasilan perusahaan. Menurut Taan, H., (2016) Pemasaran adalah proses merencanakan dan melaksanakan konsep, memberi harga, melakukan promosi, dan mendistribusikan ide, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memenuhi tujuan individu dan organisasi. Pemasaran merupakan salah satu faktor penting dalam rangka mempertahankan kelangsungan hidup suatu perusahaan untuk menghadapi para pesaing.

Menurut Taan, H., (2017) menjelaskan bahwa perusahaan harus dapat memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan, baik itu faktor eksternal maupun faktor internal. Perusahaan-perusahaan harus lebih inovatif dalam mengembangkan ide-ide cermerlang untuk bersaing dengan kompetitor di luar sana, khususnya dalam bidang teknologi. Umumnya teknologi yang sering kita jumpai adalah handphone, mobil, sepeda motor, komputer, kamera dan lain-lain. Teknologi ini muncul di tengah kehidupan masyarakat untuk memudahkan aktivitas yang dilakukan. Seiring berjalannya waktu, teknologi selalu berubah dan tentunya semakin maju. Teknologi bukan hanya berbentuk barang atau perangkat keras. Teknologi juga dapat berupa perangkat lunak atau biasa disebut software. Salah satu contoh software adalah aplikasi. Hal ini membuat para pebisnis mau tidak mau harus ikut terjun ke dunia teknologi, khususnya di bidang jasa. Salah satu contoh

teknologi pada bidang jasa adalah jasa transportasi. Saat ini, transportasi online dapat diakses oleh siapa saja yang menggunakannya smartphone. Masyarakat hanya membutuhkan internet untuk mengakses aplikasi layanan informasi dan komunikasi ini berkembang, masyarakat harus ke tempat ojek atau taksi untuk mendapatkan transportasi yang diinginkan.



Gambar 1 pendapatan Transportasi Online 2017-2023

Sumber : katadata.id

Pada gambar di atas terlihat pemaparan pendapatan transportasi online di Indonesia setiap tahunnya meningkat menandakan pengguna transportasi online di Indonesia semakin banyak pula. Di era sekarang ini, sangat mudah untuk memesan transportasi secara online. Di Indonesia jasa transportasi Online sudah menjadi hal biasa dalam lingkungan Masyarakat. Transportasi online yang semakin berkembang di Indonesia, salah satunya adalah Maxim.

Maxim masuk ke Indonesia pada tahun 2018 dengan membuka kantor di Jakarta di bawah PT. Teknologi Perdana Indonesia. Seiring berjalannya waktu layanan transportasi Maxim merambah ke seluruh kota-kota di Indonesia termasuk Gorontalo. Perusahaan ini bergerak di bidang jasa layanan transportasi sebagai perantara yang menghubungkan antara para driver ojek dengan pelanggan berbasis aplikasi. Jasa transportasi maxim ini terbilang baru di Indonesia dan memiliki pesaing lainnya seperti Grab dan Gojek, Persaingan dalam sektor jasa dalam bidang pelayanan dan harga dapat dilihat dari banyaknya pengguna yang mendownload aplikasi dari transportasi online dapat di lihat dari aplikasi Playstore/Appstore.

Tabel 1 data tingkat kepuasan pengguna transportasi online pada Aplikasi Maxim

No	Nama perusahaan	Skala Rating	Total keseluruhan rating
1	Grab	1-5	4,8
2	Maxim	1-5	4,8
3	Gojek	1-5	4,7

Sumber: Playstore.ac.id (akses maret 2023)

Tabel 1.1 Merupakan tabel yang menunjukkan data terkait rating kepuasan pelanggan melalui *Playstore* terkait transportasi online, dimana Maxim memiliki rating dari skala 1-5 yaitu rating 4,8, Grab dengan rating 4,8, Dan Gojek memperoleh rating 4,7.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu strategi pemasaran salah satunya kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan dipandang sebagai salah satu komponen yang perlu diwujudkan oleh Perusahaan. Perusahaan harus menentukan beberapa strategi pemasaran untuk bertahan dan mencapai tujuan utama (Taan, H., & Machmud 2020). Sehingga semakin baik perusahaan memberikan pelayanan yang terbaik pada pelanggan akan semakin baik pula rating perusahaan, tentu hal ini akan berbalik jika pelanggan tidak menemukan pelayanan terbaik dari perusahaan.

Tinjauan Pustaka

Kualitas pelayanan

Menurut Tjiptono (2006) Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas layanan merupakan hal terpenting untuk memuaskan konsumen, meningkatkan pendapatan, serta meningkatkan pangsa pasar. Kualitas pelayanan dipandang sebagai salah satu komponen yang perlu diwujudkan oleh perusahaan, karena memiliki pengaruh untuk mendatangkan konsumen baru dan dapat mengurangi kemungkinan lama pelanggan untuk pindah ke perusahaan lain Taan, H., (2019)

Kepuasan pelanggan

Menurut Kotler dan Keller (2012:49) dalam (audri pratiwi, suri amilia 2023) menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Sehingga semakin baik perusahaan memberikan pelayanan yang terbaik pada pelanggan akan semakin baik pula rating perusahaan, tentu hal ini akan berbalik jika pelanggan tidak menemukan pelayanan terbaik dari perusahaan. Menurut (Husain, et al., 2023) Kepuasan pelanggan menjadi perhatian yang utama bagi kebanyakan perusahaan. Hal ini dikarenakan dengan memuaskan pelanggan perusahaan tersebut dapat meningkatkan tingkat keuntungannya serta menambah pangsa pasar yang lebih luas.

Metodologi

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019), metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berbentuk angka, atau data kualitatif yang di angkasakan (*skoring*). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa yang pernah menggunakan layanan maxim bentor Gorontalo. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Univeristas Negeri Gorontalo dengan 96 responden sebagai sampel yang diambil menggunakan teknik *non-probability sampling* yaitu *purposive sampling*. Analisis Data yang digunakan dalam penelitian adalah regresi linear sederhana.

Hasil dan Pembahasan

Hasil Uji Validitas

1. Kualitas Pelayanan

Tabel 2 Hasil Uji validitas Variabel X

Variabel	Koefisien Korelasi	Nilai Batas	Keterangan
X1.1	0,586	0,168	Valid
X1.2	0,667	0,168	Valid
X1.3	0,604	0,168	Valid
X1.4	0,711	0,168	Valid

X1.5	0,688	0,168	Valid
X1.6	0,792	0,168	Valid
X1.7	0,690	0,168	Valid
X1.8	0,732	0,168	Valid
X1.9	0,756	0,168	Valid
X1.10	0,758	0,168	Valid
X1.11	0,686	0,168	Valid
X1.12	0,762	0,168	Valid
X1.13	0,540	0,168	Valid
X1.14	0,731	0,168	Valid
X1.15	0,701	0,168	Valid

Sumber : Data Olahan SPSS16

Berdasarkan data di atas, dapat disimpulkan bahwa semua item yang terkait dengan variabel kualitas Pelayanan adalah valid karena setiap item memiliki nilai *pearson correlation* > 0,168.

2. Kepuasan Pelanggan

Tabel 3 Hasil Uji Validitas Variabel Y

Variabel	Koefisien Korelasi	Nilai Batas	Keterangan
Y.1	0,774	0,168	Valid
Y.2	0,782	0,168	Valid
Y.3	0,701	0,168	Valid
Y.4	0,926	0,168	Valid
Y.5	0,884	0,168	Valid
Y.6	0,844	0,168	Valid
Y.7	0,859	0,168	Valid
Y.8	0,891	0,168	Valid
Y.9	0,836	0,168	Valid

Sumber : Data Olahan SPSS16

Dari data pada tabel di atas diketahui bahwa nilai *Pearson Correlation/R* hitung > R tabel 0,168, sehingga semua item pernyataan yang ada di kuesioner pada variabel harga adalah valid.

Hasil Uji Normalitas

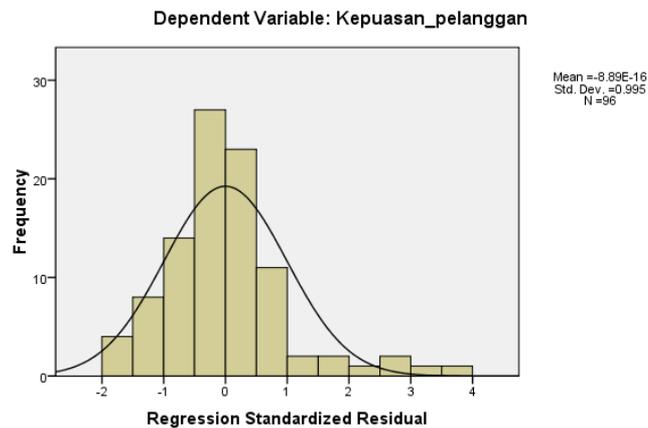
Table 4 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.58130255
Most Extreme Differences	Absolute	.122
	Positive	.122
	Negative	-.067
Kolmogorov-Smirnov Z		1.191
Asymp. Sig. (2-tailed)		.117
a. Test distribution is Normal.		

Sumber : Data Olahan SPSS16

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa uji normalitas Kolmogorov-smirnov (K-S) diketahui bahwa nilai signifikansi $0,1 > 0,117$ maka dapat diketahui bahwa data berdistribusi normal.

Histogram



Gambar 2. Normal Probability P-plot

Sumber : Data Olahan SPSS16

Berdasarkan gambar di atas yang mana data dikatakan normal jika data mengikuti pola garis diagonal, atau dapat dilihat dari histogram yang menunjukkan pola distribusi normal.

Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *cronbach's alpha*. Suatu variabel dianggap reliabel jika nilai *cronbach*-nya lebih besar dari 0,6. Hasil uji reliabilitas dibuat dalam tabel berikut.

Table 5. Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Nilai Batas	Keterangan
Kualitas Pelayanan	15	0,918	0,6	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	9	0,943	0,6	Reliabel

Sumber : Data Olahan Spss16

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel di atas dapat diketahui bahwa setiap item pernyataan dalam kuesioner reliabel karena memiliki nilai cronbach's alpha di atas 0,6 dengan demikian, item penelitian ini dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya, yang menunjukkan bahwa data yang konsistesen dapat diperoleh dari setiap item pernyataan yang digunakan dan layak untuk di aplikasikan.

Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel 6 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.220	2.821		3.268	.002
	Kualitas_Pelayanan	.463	.046	.723	10.140	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan_pelanggan

Sumber : Data Olahan SPSS16

Dari hasil pengolahan data diperoleh koefisien regresi dari tabel diatas sebagai berikut:

$$Y = a + Bx$$

$$Y = 9,220 + 0,463x$$

Berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana di atas maka dapat disimpulkan bahwa :

- Nilai konstanta 9,220 artinya jika kualitas pelayanan (X) bernilai nol, maka nilai kepuasan pelanggan (Y) 9,220
- Koefisien regresi variable kualitas pelayanan (X) menunjukkan nilai positif yaitu 0,463. Hal ini menunjukkan bahwa variabel sertifikat halal berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, artinya semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan akan semakin meningkat pula kepuasan pelanggan.

Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Tabel 7. Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.220	2.821		3.268	.002
	Kualitas_Pelayanan	.463	.046	.723	10.140	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan_pelanggan

Berdasarkan t tabel di atas dapat diketahui nilai t_{hitung} 10.140 lebih besar dari t_{tabel} 1,661 dengan

nilai signifikan $0,000 < 0,1$ maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima yaitu kualitas pelayanan (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Table 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.723 ^a	.522	.517	3.60030

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan_pelanggan

Sumber : Data Olahan SPSS16

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel di atas dapat disimpulkan bahwa R Square sebesar 0,522 yang berarti 52,2%. Nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 52,2% kepuasan pelanggan desa dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan sisanya 47,8% dijelaskan oleh variabel lainnya.

Pembahasan

Kualitas pelayanan merupakan segala sesuatu yang diberikan kepada orang lain yang dalam hal ini yaitu pelanggan Maxim bendor Gorontalo Pelayanan yang diberikan bisa berupa sesuatu yang dapat disentuh atau diraba namun juga bisa berupa sesuatu yang tidak dapat disentuh tapi bisa dirasakan oleh orang lain seperti sikap ramah yang diberikan oleh Driver Maxim bendor Gorontalo dan perasaan aman saat berada dalam perjalanan Menurut Menurut (Tjiptono 2006) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut memenuhi keinginan pelanggan. Maka dari itu, jika sebuah usaha mampu memberikan pelayanan maksimal kepada konsumen maka kepuasan konsumen akan tercapai.

Kepuasan pelanggan merupakan sesuatu hal yang ingin dicapai oleh para pihak yang memberikan suatu bentuk produk baik itu dari segi jasa atau barang yang dapat memberikan keuntungan untuk mereka. Kepuasan itu sendiri merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika sebuah kinerja memenuhi harapan konsumen akan merasa puas sebaliknya juga jika kinerja tidak memenuhi harapan maka konsumen tidak merasa puas. Menurut (Kotler dan Armstrong 2008), peningkatan kepuasan konsumen dapat dipengaruhi beberapa faktor. Salah satu faktornya adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan secara sederhana merupakan ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu terwujud sesuai dengan ekspektasi pelanggan, dengan kata lain kualitas pelayanan adalah sejauh mana pelayanan memenuhi spesifikasinya. Unggulnya kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yang diharapkan mampu menarik konsumen untuk kembali memiliki kecenderungan melakukan pemesanan kembali terhadap jasa yang kita tawarkan. Demi kepuasan pelanggan, suatu usaha diharuskan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumennya.

Berdasarkan hasil pengujian apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi ojek online Maxim bendor, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan pada Maxim bendor berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang berarti jika kualitas pelayanan pada Maxim bendor meningkat maka akan diikuti pula kenaikan pada kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Anugrah, Purwanto, Suyoto 2022) bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan first media. Dicky dan khairul (2023) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Kerupuk Rambak Kecamatan Ketahun Bengkulu Utara. dan khalifah dan achmad (2022) kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Gojek di Bayuwangi.

Berdasarkan hasil penelitian yang didapat, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah, Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan maxim bentor Gorontalo. Hal ini bisa di buktikan dengan hasil uji t diketahui nilai t-hitung lebih besar dari t- tabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis mengenai diduga terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan maxim bentor Gorontalo di terima. Maka berarti apabila kualitas pelayanan yang berikan oleh driver maxim bentor ditingkatkan sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan harapan maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat dan tidak menutup kemungkinan juga pelanggan tidak akan berpindah ditempat lain.

Referensi

- Anugrah, Purwanto, Suyoto, Tannady. 2022. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan First Media Di Pondok Aren Tangerang Selatan." *Jurnal Kewarganegaraan* 6 (1): 1–17.
- audri pratiwi, suri amilia, rahmi meutia. 2023. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Hemat Laundry Tanjung Pura" 4 (1): 88–100.
- Dicky Setiawan, Khairul Bahrun. 2023. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Kerupuk Rambak Kecamatan Ketahun Bengkulu Utara" 4 (1): 99–108.
- Husain, Widyawati, Hapsawati Taan, and Idris Yanto Niode. 2023. "Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Az- Zahra Kota Gorontalo" 5 (3): 894–901.
- khalifah, achmad, Yohanes. 2022. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Fitur Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek Saat Pandemi COVID-19 Di Banyuwangi (Studi Kasus Pelanggan Fitur Gofood)" 20 (2): 431–42.
- Kotler, P. dan G. Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2019. *Statika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Taan, H., & Machmud, R. 2020. "The Improvement Of Purchase Decisions Of Putra Kusuma Pia Cake Through Product Quality, Product Variations, And Packaging." <https://www.archives.palarch.nl/index.php/jae/article/view/>.
- Taan, Hapsawati. 2016. "Peran Riset Pemasaran Dalam Pengambilan Keputusan Manajemen" 11: 89–97.
- Taan. 2017. "Pengaruh Inovasi Produk Dan Harga Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Karawo Di Kota Gorontalo." *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 148–58.
- Taan. 2019. "387-719-1-SM (Pendukung Inter 3)" 4 (1).
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: bayumedia Publishing.