



## **Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online Maxim di Kota Gorontalo**

**Sri Wiwin A. Moha<sup>a</sup>, Hartati Tuli<sup>b</sup>, Victorson Taruh<sup>c</sup>**

<sup>a b c</sup>*Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Gorontalo, Gorontalo*

*E-mail: wihinmoha22@gmail.com<sup>a</sup>, hartatituli@ung.ac.id<sup>b</sup>, victorsontaruh07846@gmail.com<sup>c</sup>*

---

### **INFO ARTIKEL**

#### **Riwayat Artikel:**

*Received : 4 Mei 2024*

*Revised : 19 Mei 2024*

*Accepted : 21 Mei 2024*

#### **Kata Kunci:**

*Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan*

#### **Keywords:**

*Service Quality, Customer Satisfaction*

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menguji dan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi online maxim di kota Gorontalo. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Jenis data yang digunakan adalah data primer berupa kuesioner yang dibagikan langsung kepada mahasiswa akuntansi Unniversitas Negeri Gorontalo. Metode pengambilan sampel menggunakan metode *convenience sampling* diperoleh 31 sampel. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis dengan menggunakan IBM SPSS 16 for windows. Berdasarkan analisis data, hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator-indikator pada pada penelitian ini bersifat valid dan reliabel. Pada uji asumsi klasik data berdistribusi normal, tidak terjadi heteroskedastisitas dan multikolinieritas. Pada uji hipotesis *assurance, reliability, tangible, emphaty dan responsiveness*, berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan maxim. Hasil secara simultan *assurance, reliability, tangible, emphaty dan responsiveness*, secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai determinan sebesar 53% sedangkan sisanya sebesar 47% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### **ABSTRACT**

*This research aims to determine, test, and analyze the influence of service quality on customer satisfaction with Maxim's online transportation service in Gorontalo City. The research is conducted using the quantitative method. The primary data utilized are questionnaires distributed directly to accounting students at Universitas Negeri Gorontalo. Furthermore, the sampling method employed is convenience sampling, yielding 31 samples. The data are then analyzed using validity and reliability tests, descriptive statistical analysis, classical assumption tests, and hypothesis testing using the IBM SPSS 16 for Windows. Based on data analysis, the findings indicate that the research indicators are valid and reliable. Moreover, the classical assumption tests show that the data are normally distributed, with no heteroscedasticity and multicollinearity. In the hypothesis test, assurance, reliability, tangible, empathy, and responsiveness positively and significantly influence Maxim customer satisfaction. The findings indicate that*

---

*assurance, reliability, tangible, empathy, and responsiveness collectively influence customer satisfaction with a determinant value of 53%, while the remaining 47% is addressed by other variables not examined in this research.*

©2024 Sri Wiwin A. Moha, Hartati Tuli, Victorson Taruh  
Under License CC BY-SA 4.0

## PENDAHULUAN

Transportasi merupakan suatu sistem yang terdiri dari sarana dan prasarana yang didukung oleh tata laksana dan sumber daya manusia membentuk jaringan prasarana dan jaringan pelayanan (Henita Rahmayanti, 2008). Sedangkan menurut Miro, transportasi adalah sebagai usaha memindahkan, menggerakkan, mengangkut, atau mengalihkan suatu objek dari suatu tempat ke tempat lain, di mana di tempat lain objek tersebut lebih bermanfaat atau dapat berguna untuk tujuan-tujuan tertentu (Santoso Sri Handoyo, 2008). Transportasi mempunyai pengaruh besar terhadap perorangan, masyarakat pembangunan ekonomi, dan sosial politik suatu Negara (Salim, 2016).

Transportasi *online* yaitu Maxim pertama kali beroperasi pada tahun 2018 dibawah naungan PT. Teknologi Perdana Indonesia. (Indraini, 2019). Berdasarkan data yang diperoleh dari layanan pers Maxim setelah 2 tahun hadir di Indonesia, eksistensi Maxim semakin dilirik oleh pasar yang ditunjukkan oleh pertumbuhan pengguna. Maxim yang terus meningkat pada akhir tahun 2018 dengan jumlah pendownload aplikasi Maxim berkisar 10.000 pengguna namun pada akhir tahun 2019 meningkat drastis menjadi 500.000 pengguna. Maxim menawarkan berbagai layanan antara lain Maxim Bike, Maxim Car, Maxim Food & Shop, Maxim Delivery, Maxim Cargo, dan Maxim Life. Kehadiran Maxim semakin memperketat persaingan antar perusahaan transportasi online. Maxim di Gorontalo sendiri telah beroperasi sejak Juli 2020. Para driver ini terus berupaya untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dan juga berinteraksi dengan para driver dengan tujuan memperkenalkan aplikasi yang relatif baru kepada kompetitornya. Kepuasan pengguna mendorong pengguna untuk bernegosiasi lagi. Kepuasan pengguna adalah tujuan utama dari semua perusahaan yang menawarkan produk mereka.

Konsumen memilih salah satu alternatif pilihan tergantung pada preferensi mereka. Melihat situasi tersebut, Maxim harus mampu menciptakan kepuasan pelanggan. Pada saat yang sama, ketidakpuasan muncul ketika hasil yang dicapai tidak sesuai dengan harapan pelanggan. Maxim harus mampu menciptakan strategi kepuasan pelanggan. Strategi kepuasan pelanggan ini harus didasarkan pada pengetahuan yang rinci dan akurat tentang harapan pelanggan. Harapan pelanggan terkadang dapat dikelola, tetapi perusahaan seringkali tidak dapat mengelola harapan, yang dapat memudahkan pelanggan beralih ke pesaing ketika mereka tidak mendapatkan hasil yang diharapkan perusahaan. (Putri, Edy dan Marwadi, 2015).

Menurut Zeithaml dan Bitner kualitas layanan adalah ketidaksesuaian antara harapan atau keinginan konsumen dengan persepsi konsumen. Dimensi kualitas jasa menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry terdapat lima unsur yang menentukan kualitas jasa, yaitu: "tangible, responsiveness, reliability, assurance, dan empathy". Assurance atau jaminan, yaitu dimensi yang berhubungan dengan kemampuan

perusahaan dan perilaku front-line staf dalam menanamkan rasa percaya dan keyakinan kepada para pelanggannya. Berdasarkan banyak riset yang dilakukan, ada 4 aspek dalam dimensi ini, yaitu keramahan, kompetensi, kredibilitas dan keamanan.

Selain kualitas layanan yang menjadi faktor kunci atau indikator, harga juga merupakan faktor penentu kepuasan pelanggan. Harga menjadi point penting dalam kepuasan pelanggan karena harga merupakan jumlah uang yang diperlukan sebagai penukar berbagai kombinasi produk atau jasa. Pesaing Maxim, di sisi lain menawarkan harga yang jauh lebih rendah daripada pesaingnya. Saat menetapkan harga dan kualitas layanan, bisnis harus menawarkan harga dan kualitas layanan yang sesuai kepada konsumen agar mereka dapat memilih. Setiap aplikasi memiliki kelebihan masing-masing. Misalnya Gojek yang memiliki keunggulan seperti Gopay untuk kemudahan pembayaran cashless, dan Maxim yang memiliki keunggulan seperti harga yang jauh lebih murah. Hal ini juga didukung oleh penelitian Farisi & Siregar (2020) yang menunjukkan bahwa permintaan dan harga berbanding terbalik. Semakin tinggi harga, semakin rendah permintaan akan produk tersebut. Sebaliknya, semakin rendah harga, semakin tinggi permintaan produk tersebut.

Di sisi lain, driver Maxim yang ada di kota Gorontalo sering terdapat banyak faktor melakukan tindakan yang dianggap merugikan penumpang. Baik kerugian nyata bagi penumpang (materi loss) maupun kerugian non material seperti kekecewaan, ketidaknyamanan, dan hilangnya waktu penumpang, pengemudi tidak menggunakan identitas maksimal, ketidaksesuaian antara informasi pengemudi di aplikasi dan pengemudi yang datang untuk penjemputan, membatalkan pesanan secara sepihak ketika mencapai titik penjemputan yang jauh, pengemudi menagih terhadap aplikasi dan helm yang disediakan oleh pengemudi kotor dan bau. Keluhan pengguna mengakibatkan pengguna kurang puas atau bahkan tidak puas dengan aplikasi Maxim. Dalam upaya untuk mempertahankan pelanggan harus mendapatkan prioritas yang lebih besar dibandingkan untuk mendapatkan pelanggan baru. Hal ini menunjukkan adanya rentang masalah dalam kualitas pelayanan di jasa transportasi online Maxim.

## **KAJIAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS**

### **Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan penting karena ada biaya jangka pendek dan jangka panjang yang signifikan terkait dengan layanan pelanggan yang buruk (Gagliano & Hathcote, 1994). Kepuasan konsumen merupakan hasil evaluasi mereka terhadap kinerja produk ketika apa yang mereka konsumsi memenuhi atau melebihi harapan awal, tidak hanya berhubungan dengan penilaian tetapi juga terkait dengan sikap dan perasaan emosional yang diberikan konsumen setelah mengkonsumsi (Haeruddin & Haeruddin, 2020). Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap shareholder value, walaupun dampaknya bervariasi antar industri dan antar perusahaan.

### **Teori Kepuasan (*The Expectancy Disconfirmation*)**

Teori *The Expectancy Disconfirmation Model* (Teori diskonfirmasi harapan) menyatakan bahwa konsumen membentuk penilaian tentang produk atau layanan menggunakan harapan mereka sebelumnya tentang karakteristik atau manfaat yang ditawarkan oleh produk atau layanan yang diberikan. (Van Ryzin, 2006). Dalam

literatur kepuasan, harapan dipandang sebagai prediksi yang dibuat oleh konsumen tentang apa yang mungkin terjadi selama transaksi atau pertukaran, sebaliknya, dalam literatur kualitas layanan, harapan dipandang sebagai keinginan konsumen, yaitu, apa yang mereka merasa penyedia layanan harus menawarkan daripada akan menawarkan (Berryzeithaml, 1988).

### **Kualitas Layanan**

Menurut (Nurjaya, 2017) kualitas pelayanan sistem informasi ialah layanan yang dipakai konsumen dari peningkatan sistem informasi. Pelayanan yang diperoleh pemakai dari peningkatan sistem informasi, layanan seperti pembaharuan sistem informasi serta respond dari peningkatan jika sistem mengalami masalah. Riset (Suhendro, 2016) Hasil studi membuktikan kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan pengguna. Penelitian juga pernah dilakukan oleh (Septiano et al., 2021), (Sejahtera, 2020), (Sari, 2020). Karena apabila kualitas pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan itu semakin baik maka kepuasan pengguna pada sistem itu akan tercapai.

### **Hipotesis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan desain kausal, yang bertujuan untuk menganalisis hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Dengan menggunakan desain kausal, variabel-variabel yang mempengaruhi kualitas pelayanan dianalisis secara empiris: materialitas (bukti terukur), reliabilitas (keandalan), daya tanggap (kemampuan), keamanan (jaminan), dan empati (empati). Variabel X mengacu pada apa yang harus disediakan untuk mengkonsumsi produk pelayanan. Indikator kualitas pelayanan adalah penampilan fisik, kehandalan, daya tanggap, keamanan dan empati. Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) adalah hasil dari kepuasan pelanggan terhadap layanan atau produk tertentu yang melakukan pembelian rutin.

Variabel penelitian ini terdiri dari dua bagian yaitu variabel kualitas pelayanan sebagai variabel bebas yang terdiri dari lima subvariabel *Assurance* ( $X_1$ ), *Reliability* ( $X_2$ ), *Tangibles* ( $X_3$ ), *Emphaty* ( $X_4$ ), dan *Responsiveness* ( $X_5$ ) yaitu pernyataan perasaan pelanggan ketika mereka membandingkan kenyataan dengan harapan mereka. Variabel kedua adalah kepuasan pelanggan (Y). Variabel ini adalah variabel bebas/independen. Variabel kepuasan pelanggan adalah gambaran pelanggan berdasarkan kualitas layanan dan menghasilkan kepuasan dalam memberikan layanan mereka untuk menghasilkan loyalitas.

### **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Metode ini digunakan untuk menguji hipotesis antar variabel yang dihipotesiskan. Penelitian ini melibatkan beberapa variabel independen dan variable dependen, adapun variabel dalam penelitian ini terdiri atas variabel independen yaitu pelayanan jasa transportasi online maxim dan variabel dependen adalah kepuasan pelanggan. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa UNG jurusan Akuntansi fakultas ekonomi. Sedangkan sampel Sampel di tentukan dengan metode convenience sampling, yaitu

metode untuk memilih anggota populasi yang paling mudah untuk ditemui dan diminta informasi. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai 500 (Sugiono, 2010:52). Dengan keterbatasan penulis maka sampel dapat ditetapkan sebanyak 31 orang responden.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer berupa kuesioner yang diberikan kepada responden. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari objek penelitian dalam hal ini masyarakat yang menggunakan maxime di Kota Gorontalo. Metode pengumpulan data yang di gunakan dalam penelitian ini dengan penyebaran 31 kuesioner kepada Mahasiswa UNG jurusan Akuntansi fakultas ekonomi dan bisnis. Sedangkan teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis dengan menggunakan IBM SPSS 16 for windows.

**ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

**Hasil Pengujian Asumsi Klasik**

**Uji Normalitas Data**

Uji normalitas dilakukan melalui perhitungan regresi dengan SPSS versi 16 yang dideteksi melalui dua pendekatan grafik, yaitu analisa grafik histogram dan analisa grafik normal p-plot yang membandingkan antara dua observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal.

**Tabel 8. Hasil Pengujian Normalitas Data**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		31
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.70610858
Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.070
	Negative	-.080
Kolmogorov-Smirnov Z		.445
Asymp. Sig. (2-tailed)		.989

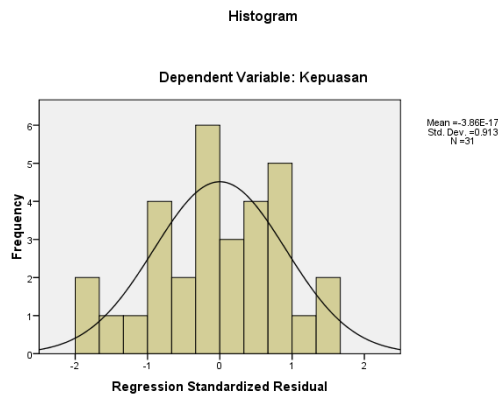
a. Test distribution is Normal.

Berdasarkan hasil uji normalitas di atas didapatkan hasil dari uji normalitas Kolmogorov-Smirnov yang menunjukkan nilai Asymp. Sig. (*Asymtotic Significante*) didapatkan nilai sebesar 0,989 > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwasanya nilai residual terdistribusi normal dan dapat dilanjutkan ke tahap pengujian selanjutnya.

**a. Grafik Histogram**

Berikut ini data berdistribusi normal, seperti yang terlihat pada gambar dibawah.

**Gambar 1. Grafik Histogram**

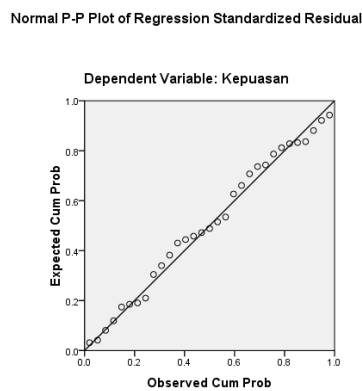


Sumber: Hasil olah data SPSS versi 16

**b. Grafik Normal P-Plots**

Berikut ini dapat dilihat data menyebar disekitar garis diagonal seperti pada gambar 2 berikut:

**Gambar 2. Grafik Normal P-Plots**



Sumber: Hasil olah data SPSS versi 16

Berdasarkan tampilan gambar di atas dapat dilihat data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

**Uji Multikolinearitas**

**Tabel 9. Hasil Pengujian Multikolinearitas**

		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	22.409	9.118		2.458	.021		
	Assurance (X1)	.533	1.089	.412	.490	.629	.501	1.683
	Reliability (X2)	.250	.218	.228	1.146	.263	.909	1.100
	Tangibles (X3)	.277	.317	.184	.872	.391	.810	1.235
	Empati (X4)	.505	1.114	.382	.454	.654	.532	1.776
	Responsiveness (X5)	.069	.301	.046	.228	.821	.877	1.141

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Hasil olah data SPSS versi 16

Berdasarkan tabel diatas dapat ditarik kesimpulan bahwasanya semua variabel terbebas dari multikolinearitas. Hal ini menunjukkan bahwasanya pengujian dapat dilanjutkan ke tahap selanjutnya.

**Uji Heteroskedastisitas**

**Tabel 10. Hasil Pengujian Heteroskedastisitas**

		Collinearity Diagnostics <sup>a</sup>							
Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	(Constant)	Variance Proportions				
					Assurance	Reliability	Tangibles	Empati	Responsiveness
1	1	5.934	1.000	.00	.00	.00	.00	.00	.00
	2	.030	13.961	.00	.01	.24	.02	.00	.05
	3	.021	16.699	.00	.00	.40	.03	.00	.50
	4	.012	22.528	.01	.00	.12	.55	.00	.44
	5	.003	46.352	.98	.01	.22	.36	.01	.00
	6	.000	142.732	.01	.98	.02	.04	.99	.00

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Hasil olah data SPSS versi 16

Pada hasil yang ditampilkan pada tabel diatas bahwasanya nilai variabel independen yaitu Assurance (X1), Reliability (X2), Tangibles (X3), Emphaty (X4), Responsiveness (X5) semuanya memiliki nilai rata-rata lebih besar dari > 0,05 mempunyai makna terbebas dari gejala heterokedastisitas. Sedangkan nilai signifikansi Dapat disimpulkan bahwasanya dalam model regresi tidak mengandung gejala heterokedastisitas. Model regresi ini dapat dilanjutkan ke tahap selanjutnya.

## Hasil Analisis Regresi Berganda

**Tabel 11. Hasil Pengujian Analisis Regresi Berganda**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	22.409	9.118		2.458	.021
	Assurance	-.533	1.089	-.412	-.490	.629
	Reliability	.250	.218	.228	1.146	.263
	Tangibles	.277	.317	.184	.872	.391
	Empati	.505	1.114	.382	.454	.654
	Responsiveness	-.069	.301	-.046	-.228	.821

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Hasil olah data SPSS versi 16

Dengan demikian model analisis regresi pengaruh *Assurance*, *Reliability*, *Tangibles*, *Empathy* dan *Responsiveness* terhadap kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

$$Y = 22,409 - 0,533 X_1 + 0,250 X_2 + 0,277X_3 + 0,505 X_4 - 0,069X_5$$

## Pengujian Hipotesis

### Hasil Uji Parsial (Uji t)

**Tabel 12. Hasil Pengujian Regresi Secara Parsial (Uji t)**

Hipotesis	T Hitung	Sig	Hipotesis	Keterangan
<i>Assurance</i>	6,894	0	Diterima	Berpengaruh
<i>Reliability</i>	7,6	0	Diterima	Berpengaruh
<i>Tangibles</i>	5,508	0	Diterima	Berpengaruh
<i>Empathy</i>	6,66	0	Diterima	Berpengaruh
<i>Responsiveness</i>	8,591	0	Diterima	Berpengaruh

Sumber : Hasil olah data 2024

Hasil pengujian hipotesis secara parsial melalui uji t diperoleh t hitung berdasarkan nilai koefisien yang dapat dilihat pada gambar di atas menunjukkan bahwa *assurance*, *reliability*, *tangibles*, *emphaty* dan *responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### Hasil Uji Simultan (Uji F)

**Tabel 13. Hasil Uji Simultan (Uji F)**

		ANOVA <sup>b</sup>				
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	219.691	5	43.938	8.757	.000 <sup>b</sup>
	Residual	25.083	25	5.017		
	Total	244.774	30			

a. Predictors: (Constant), Responsiveness, Assurance, Reliability, Tangibles, Emphaty

b. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Hasil Olah Data SPSS versi 16

Pada tabel di atas diperoleh bahwa nilai  $F = 8,757$  dengan tingkat probability ( $0,000 < 0,05$ ) dan ditemukan nilai  $F$  tabel sebesar  $2,975$ . Karena nilai  $F$  hitung  $8,757$  lebih besar dari nilai  $F$  tabel  $2,975$  maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel bebas  $X_1, X_2, X_3, X_4,$  dan  $X_5$  (secara simultan) berpengaruh terhadap variabel terikat ( $Y$ ).

**Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

**Tabel 14. Hasil Uji Koefisien Determinasi  $R^2$**   
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.677 <sup>a</sup>	.530	.465	2.75439

a. Predictors: (Constant), Responsiveness, Assurance, Reliability, Tangibles, Emphaty

Sumber: Hasil olah data SPSS versi 16

Dari tabel di atas dapat dijelaskan  $R^2 = 0,530$  yang berarti menjelaskan besarnya pengaruh *assurance, reliability, tangible, empathy* dan *responsiveness* terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar 53% dan sisanya sebesar 47% dijelaskan variabel lainnya.

**Pembahasan**

**Pengaruh Assurance (jaminan) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Transportasi Maxime Di Provinsi Gorontalo**

Jaminan (*Assurance*) adalah karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman kepada pelanggan. Jadi, kepercayaan yang diberikan terhadap pelanggan dengan rasa aman, maka pelanggan akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Namun banyak konsumen masih merasa tidak aman ketika menggunakan jasa layanan transportasi online MAXIME, mereka kadang masih khawatir akan tindak kriminal dan berbagai kejahatan yang di lakukan oleh driver, maka kepercayaan pelanggan terhadap MAXIME yang ada di Provinsi Gorontalo masih kurang maka dari itu perusahaan harus meningkatkan rasa aman bagi pelanggan atau pengguna jasa transportasi online MAXIME di Gorontalo. Jadi Tingkat kepuasan pelanggan MAXIME di Gorontalo atas jaminan (*assurance*) masih kurang.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang digunakan dalam penelitian yaitu Teori *The Expectancy Disconfirmation Model* yang menjelaskan bahwa (Teori diskonfirmasi harapan) menyatakan bahwa konsumen membentuk penilaian tentang produk atau layanan menggunakan harapan mereka sebelumnya tentang karakteristik atau manfaat yang ditawarkan oleh produk atau layanan yang diberikan. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan Yoga Murdianto Dkk (2019) yang berjudul “Analisis Pengaruh Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Servqual (Studi Kasus Go-Jek Kota Malang)” yang mana hasil penelitiannya ada Hipotesis H4 yaitu terdapat pengaruh positif antara variable assurance terhadap variable kepuasan pelanggan.

### **Pengaruh *Reliability* (kehandalaan) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Transportasi Maxime Di Provinsi Gorontalo**

Kehandalan atau *reliability* yang diberikan oleh driver mempengaruhi kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Hasil ini memberikan bukti bahwa kehandalan dari penyedia jasa transportasi yang ditunjukkan dalam bentuk ketepatan mengantarkan konsumen, kehandalan driver ketika berkendara, kehandalan aplikasi untuk menghubungkan antara konsumen dan driver dan kehandalan lainnya dalam meningkatkan pelayanan akan sangat berpengaruh dengan kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang digunakan dalam penelitian yaitu Teori *The Expectancy Disconfirmation Model* yang menjelaskan bahwa (Teori diskonfirmasi harapan) menyatakan bahwa konsumen membentuk penilaian tentang produk atau layanan menggunakan harapan mereka sebelumnya tentang karakteristik atau manfaat yang ditawarkan oleh produk atau layanan yang diberikan. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian sebelumnya oleh Ratih Hardiyati (2010) dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan konsumen (Menggunakan jasa penginapan (villa) Agrowisata Kebun Teh Pagilaran)”. Penelitian ini menunjukkan bahwa *reliability* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

### **Pengaruh *Tangibles* (Bukti fisik) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Transportasi Maxime Di Provinsi Gorontalo**

Dalam penelitian ini menjelaskan bahwa pelanggan sangat memperhatikan Bukti fisik (*Tangibles*): penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan bahan komunikasi, seperti gedung office, atribut yang dikenakan karyawan, peralatan untuk menyalurkan jasa saat ini dan ketepatan waktu atau keramahan para driver online lah yang mereka nilai. Penilaian mahasiswa Akuntansi fakultas FEB UNG Gorontalo selaku konsumen terhadap bukti fisik dari MAXIME berpengaruh terhadap kepuasan yang dirasakan oleh pengguna MAXIME.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang digunakan dalam penelitian yaitu Teori *The Expectancy Disconfirmation Model* yang menjelaskan bahwa (Teori diskonfirmasi harapan) menyatakan bahwa konsumen membentuk penilaian tentang produk atau layanan menggunakan harapan mereka sebelumnya tentang karakteristik atau manfaat yang ditawarkan oleh produk atau layanan yang diberikan. Hasil penelitian ini Sejalan dengan hasil penelitian yang di lakukan oleh Yoga murdianto Dkk (2019) dengan judul “Analisis Pengaruh Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Servqual (Studi Kasus Go-Jek Kota Malang)” yang mana hasil penelitiannya yaitu variable tangible berpengaruh positif terhadap variable kepuasan pelanggan.

### **Pengaruh *Empathy* (empati) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Transportasi Maxime Di Provinsi Gorontalo**

Empati atau kepedulian yang diberikan oleh driver kepada konsumen sudah baik. Para driver harus lebih peka terhadap keinginan dan kebutuhan pelanggan, serta mengembangkan kemampuan berkomunikasi antara driver dengan konsumen agar konsumen merasa nyaman.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang digunakan dalam penelitian yaitu Teori *The Expectancy Disconfirmation Model* yang menjelaskan bahwa (Teori diskonfirmasi harapan) menyatakan bahwa konsumen membentuk penilaian tentang produk atau layanan menggunakan harapan mereka sebelumnya tentang karakteristik atau manfaat yang ditawarkan oleh produk atau layanan yang diberikan. Dan hasil penelitian ini sejalan juga dengan Yoga Murdianto Dkk, (2019) meneliti tentang Analisis Pengaruh Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Servqual (Studi Kasus Go-Jek Kota Malang) Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh positif signifikan Pada hipotesis H5 yaitu terdapat pengaruh positif variable *emphaty* terhadap variable kepuasan pelanggan.

### **Pengaruh *Responsiveness* (daya tanggap) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Transportasi Maxime Di Provinsi Gorontalo**

Daya tanggap kepada konsumen merupakan bentuk layanan kepada pelanggan seperti menanggapi dan memberikan solusi ketika terjadi permasalahan pada aplikasi. Serta kepedulian driver kepada konsumen ketika terjadi kerusakan pada kendaraan yang digunakan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang digunakan dalam penelitian yaitu Teori *The Expectancy Disconfirmation Model* yang menjelaskan bahwa (Teori diskonfirmasi harapan) menyatakan bahwa konsumen membentuk penilaian tentang produk atau layanan menggunakan harapan mereka sebelumnya tentang karakteristik atau manfaat yang ditawarkan oleh produk atau layanan yang diberikan. Dan hasil penelitian ini sejalan juga dengan Yoga Murdianto Dkk, (2019) meneliti tentang Analisis Pengaruh Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Servqual (Studi Kasus Go-Jek Kota Malang) Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh Pada Hipotesis H3 yaitu terdapat pengaruh positif antara variable *responsiveness* terhadap variable kepuasan pelangganya dinyatakan H3 ditolak atau H0 diterima.

### **Pengaruh *Assurance, Reliability Tangible, Emphaty* dan *Responsiveness* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Transportasi Maxime Di Provinsi Gorontalo**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh variabel *assurance* (X<sub>1</sub>) *reliability* (X<sub>2</sub>), *tangibles* (X<sub>3</sub>), *emphaty* (X<sub>4</sub>) dan *responsiveness* (X<sub>5</sub>) terhadap variable (Y) kepuasan konsumen Pada Jasa Transportasi Maxime Di Provinsi Gorontalo. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang digunakan dalam penelitian yaitu Teori *The Expectancy Disconfirmation Model* yang menjelaskan bahwa (Teori diskonfirmasi harapan) menyatakan bahwa konsumen membentuk penilaian tentang produk atau layanan menggunakan harapan mereka sebelumnya tentang karakteristik atau manfaat yang ditawarkan oleh produk atau layanan yang diberikan.

Dari nilai di atas bisa di simpulkan bahwa pelayanan driver Maxime yang ada di provinsi Gorontalo saat ini masih sangat minim terhadap konsumen pada hal ini mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Akuntansi UNG, nilai dari responden yang di dapat oleh peneliti menunjukan bahwa Tingkat kepuasan dari konsumen masih sangat kurang.

## KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan reliabel. Pada uji asumsi klasik data berdistribusi normal, tidak terjadi heteroskedastisitas dan multikolinieritas. Pada uji hipotesis *assurance*, *reliability*, *tangible*, *emphaty* dan *responsiveness*, berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan maxim. Hasil secara simultan *assurance*, *reliability*, *tangible*, *emphaty* dan *responsiveness*, secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai determinan sebesar 53% sedangkan sisanya sebesar 47% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### Keterbatasan

Penulis menyadari bahwa dalam melakukan penelitian dan pengujian hasil penelitian memiliki keterbatasan dan kelemahan. Beberapa keterbatasan dan kelemahan yang dihadapi penulis yaitu penelitian hanya dilakukan di Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo serta Penelitian ini hanya ingin mengetahui pengaruh dari 5 variabel yaitu *Assurance* (jaminan), *Reliability* (kehandalan), *Tangibles* (bukti fisik), *Emphaty* (empati), dan *Responsiveness* (daya tanggap) diantara beberapa variabel lainnya yang dapat mempengaruhi Kepuasan pelanggan. Oleh karena itu generalisasi yang dapat ditarik hanyalah berlaku pada variabel tersebut.

### Saran

Berangkat dari keterbatasan yang dialami oleh peneliti maka dapat disarankan untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah jumlah variabel penelitian agar dapat menghasilkan gambaran yang lebih bagus mengenai masalah penelitian yang akan diteliti. Dan untuk data-data yang terkumpul untuk setiap konstruk sebaiknya ditambah dengan teknik wawancara agar data yang didapatkan lebih terperinci dan lebih mendalam.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arfael, D., Studi, P., Industri, T., Sains, F., Teknologi, D. A. N., Islam, U., Sultan, N., & Kasim, S. (2022). *Analisis Pelayanan Kualitas Maxim Menggunakan Pendekatan Servqual , Importance Performance Analysis ( Ipa ), Dan Potential Gain In Costumer Value.*
- Ariyandi, R., & Sari, N. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Gojek Di Kota Jambi.* 8(3), 131–140.
- Astuti Yuli Dwi, Handayani Siti Emi, Sunaini, Rahmawati Umi, Winarni, & 2021. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Aplikasi Maxim Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Research In Accounting Journal*, 1(3), 412–419. [Http://Journal.Yrpiuku.Com/Index.Php/Raj](http://Journal.Yrpiuku.Com/Index.Php/Raj)

- Azzahrah, F., & Amelia, L. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Aplikasi Maxim Mobile Terhadap Kepuasan Pengguna Dengan Metode Servqual. *Jurnal Teknologi Sistem Informasi*, 2(1), 59–68. <https://doi.org/10.35957/jtsi.v2i1.849>
- Bali, A. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 1–14. <https://doi.org/10.56248/jamane.v1i1.7>
- Banggoi, R., Mendo, A. Y., Asi, L. L., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Gorontalo, U. N. (2023). Analisis Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Online Maxim Untuk Meningkatkan Loyalitas Pengguna Di Kota Gorontalo. 6(1), 242–249.
- Dalilah, N. (2022). Analisis Kepuasan Pelayanan Aplikasi Maxim Pada Pengguna Mahasiswa Di Fakultas Sains Dan Teknologi Universitas PGRI Silampari Menggunakan Metode Servqual. *Jurnal Sistem Informasi Musirawas*, 7(2), 167.
- Dan, P., & Pelanggan, L. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan. 18(1), 42–53.
- Fauzi, A., Maryadi, F., Afrillia, P., Armanda, F., Sulistyowati, W., Az Zahra, M., & Soza, D. (2023). Pengaruh Permintaan Harga, Promosi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Transportasi Online. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 3(1), 63–72. <https://doi.org/10.56127/jaman.v3i1.646>
- Hardiyati, Ratih & Khasanah, Imroatul. (2010). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan (Villa) Agrowisata Kebun Teh Pagilaran
- Harga, P., Pelayanan, D. A. N. K., Syariah, J. E., Ekonomi, F., Syekh, I., & Cirebon, N. (N.D.). Maxim Pada Mahasiswa Febi Iain Syekh Nurjati Cirebon Tiara Agustin Pendahuluan Di Era Sekarang Yang Serba Digital , Teknologi Informasi Mengalami Perkembangan Yang Sangat Pesat , Contohnya Seperti Smartphone Dan Internet . Dengan Adanya Kemajuan Teknologi. 1–12.
- 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. <https://doi.org/10.30603/ab.v17i1.2251>
- Maulana Banurea, A. (2021). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Go-Jek (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara). *Repository.Umsu.Ac.Id*. <http://repository.umsu.ac.id/bitstream/handle/123456789/18099/SkripsiAhmadMaulanaBanurea.pdf?sequence=1&isallowed=Y>
- Murdianto, Y., Rochmawati, R. I., & Perdanakusuma, A. R. (2019). Analisis Pengaruh Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Servqual (Studi Kasus Go-Jek Kota Malang). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 3(1), 603–612.
- Mustaqim, N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Transportasi Online Di Banda Aceh.

- Pada, S., Pengguna, K., Sia, A., Bank, P., & Syariah, U. (N.D.). *Pengaruh Kualitas Layanan , Kualitas Sistem Dan Kualitas Informasi Terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna*. 926–933.
- Pasianus, O., Kana, A. A., Tinggi, S., Manajemnykpn, I., & Indonesia, Y.-. (2021). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel*. 2(2), 197–216.
- Pelayanan, P. K., Dan, K. P., Terhadap, P., Pelanggan, K., & Di, M. (N.D.). *Batam*.
- Sumanti, G. A. W., Ismail, D., & Widhyadanta, I. G. D. S. A. (2022). Pengaruh Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis*, 1(12), 3601–3625. <https://doi.org/10.22334/Paris.V1i12.265>
- Tsalisa, R. A., Hadi, S. P., Purbawati, D., Bisnis, D. A., & Diponegoro, U. (2022). *Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Pendahuluan Sumber : Uptd Trans Semarang*. 11(4), 822–829.
- Utari, D., Rima Amanda, N., & Tinggi Ilmu Ekonomi Mulia Darma Pratama, S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Transportasi Online Maxim Di Kota Palembang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stie Mulia Darma Pratama Palembang). *Jembatan (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Auditing, Dan Akuntansi)*, 6(2), 121–127.
- Wardani, T. U. (2017). Pengaruh Kulaitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa Transportasi Gojek (Studi Kasus Mahasiswa Febi Uin Sumatera Utara). In *Febi Uin Sumatera* (Vol. 7, Issue 1).