

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi tentunya sudah semakin beradaptasi dan berkembang pada zaman globalisasi ini. Gaya hidup pada masyarakat di era ini pun ikut berubah karena pengaruh dari berkembangnya teknologi, hal yang menjadi faktor dari perubahan tersebut yaitu kecenderungan beraktivitas pada dunia maya atau internet. Teknologi, informasi, dan komunikasi merupakan sebuah sistem yang dapat mereduksi batasan ruang serta waktu untuk mengambil, menyimpan, dan menyampaikan data menjadi suatu informasi. Teknologi yang sangat umum sehari-hari adalah handphone, mobil, motor, computer, kamera, dan lain-lain. Teknologi ini muncul dalam kehidupan manusia untuk mempermudah aktivitas yang dilakukan.

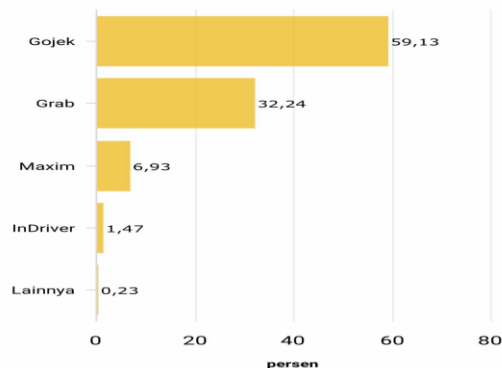
Perkembangan teknologi dan informasi ini juga membawa pengaruh cukup signifikan pada berbagai sektor bisnis. Perkembangan zaman ini membuat sektor bisnis apapun harus bersentuhan dengan teknologi, khususnya di bidang jasa. Perusahaan memanfaatkan teknologi ini untuk bersaing dengan kompetitor dan mendapatkan benefit. Selain dampak positif dari teknologi dalam bidang jasa, teknologi ini juga dapat disalahgunakan oleh beberapa oknum yang mencari keuntungan. Hal inilah yang membuat bisnis di bidang jasa dituntut semakin inovatif agar tidak ketinggalan dengan pesaing lainnya. Hal ini juga mendorong perusahaan untuk bersaing secara kualitas dan kreatif dalam menciptakan fitur-fitur terbaru yang dapat membantu manusia melakukan aktivitasnya. Sektor dalam bidang jasa sudah sangat erat kaitannya dengan teknologi dalam pemilihan layanan maupun pemesanan bisa dilakukan dengan jarak jauh dimanapun dan kapanpun. Perusahaan jasa hanya perlu menyiapkan aplikasi yang bisa diunduh semua orang melalui handphone berbasis Android maupun iOS (sherly, 2021)

Transportasi yang dipesan dengan cara memesan terlebih dahulu melalui aplikasi yang sudah tersedia disebut dengan transportasi online. Perkembangan transportasi online merupakan

metode transportasi melalui aplikasi online didalam smartphone, sehingga metode pembayarannya dapat dilakukan dengan mudah menggunakan uang tunai maupun menggunakan pembayaran melalui aplikasi. Dengan begitu, pengguna transportasi online tidak akan kesulitan mencari angkutan jika akan berpergian dan tidak akan sulit melakukan negoisasi pembayaran, karena terkadang juga transportasi online menghadirkan penawaran harga bagi penggunanya (Tampubolon, 2021).

Di dalam upaya untuk memenuhi kepuasan pelanggan, sebuah perusahaan juga dituntut untuk dapat mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan pelanggan yang hampir setiap hari dapat berubah (Setiawan et al., 2019). Oleh karena itu, kebutuhan akan transportasi online semakin besar peminatnya, jumlah driver transportasi online juga sekarang ini semakin banyak, bukan hanya mewujudkan satu atau dua perusahaan transportasi online, namun juga beberapa perusahaan. Perusahaan transportasi online tersebut meliputi Gojek Indonesia, GrabID, dan yang ketiga adalah Maxim. Dari ketiga perusahaan transportasi online tersebut terdapat hal yang menarik yaitu karena fenomena layanan transportasi online tersebut mempertemukan dua orang yang tidak saling mengenal satu dengan lainnya. Dimasa lampau, ketika pelanggan ingin menggunakan jasa transportasi offline ojek, mereka harus pergi ke ojek pangkalan terdekat. Namun saat ini pelanggan hanya perlu membuka aplikasi di ponselnya dan memilih fitur-fitur yang sesuai dengan keinginan di aplikasi tersebut. Kemudian, ojek online akan datang sesuai dengan titik pesanan pelanggan tanpa harus ke ojek pangkalan terdekat, dan tentunya transportasi online masa kini menawarkan berbagai kelebihan untuk menarik pelanggan, contohnya seperti tarif yang murah, kemudahan dalam pemesanan, kenyamanan, ketepatan waktu, dan peningkatan pelayanan.

Salah satu pilihan jasa transportasi online pada masa kini adalah Maxim. Maxim yang hadir di Indonesia sejak tahun 2018 memberikan salah satu alternatif jasa transportasi online selain Gojek dan Grab dengan menghubungkan antara pengendara ojek dengan pelanggan. Hadirnya Maxim memberikan penawaran yang menarik bagi penggunanya seperti tarif aplikasi yang lebih rendah dibandingkan dengan kompetitor sejenisnya dan banyak memiliki promo sehingga dapat menarik pengguna Gojek dan Grab yang perlahan mulai beralih menggunakan jasa transportasi online Maxim. Di dalam aplikasinya, Maxim menghadirkan berbagai fitur yang bisa dipilih oleh penggunanya seperti Maxim ride, Maxim car, Maxim food, Maxim delivery, Maxim cargo, Maxim life, dan Maxim helper (Fatimah.sahda,)



Gambar 1.1 Tingkat Penggunaan Maxim
Sumber: Databoks

Grafik di atas menunjukkan bahwa penggunaan transportasi online Maxim cukup populer di kalangan masyarakat, hal ini menunjukkan bahwa Maxim mempunyai banyak pelanggan serta transportasi online Maxim dapat bersaing dengan kompetitor lain, seperti Gojek Indonesia, GrabID, dan InDriver. Kemudian bisa dilihat dari grafik di atas bahwa Maxim menunjukkan perkembangan bisnis mereka sehingga dapat bersaing dengan transportasi online lain seperti Gojek dan Grab seperti yang kita ketahui, kedua transportasi online ini sudah ada sejak awal transportasi online mulai marak digunakan oleh masyarakat, tentunya walaupun Maxim masuk

ke industri transportasi online ini baru beberapa tahun ini, tapi mereka dapat membuktikan bahwa mereka dapat bersaing dengan kompetitor lain yang tentunya sudah banyak pelanggan tetap mereka sejak awal.

Dalam penelitian ini akan berfokus pada pengguna Maxim ride dan Maxim car. Namun, pada penggunaannya perlunya perbaikan yang harus dibuat oleh Perusahaan transportasi online Maxim karena masih ada keluhan yang dialami pelanggan Maxim seperti pembayaran yang hanya bisa dilakukan secara tunai, titik lokasi yang kurang atau belum tersedia di layanan aplikasi Maxim, jumlah driver yang masih terbatas, dan harga yang terkadang berubah. Selain itu, pada praktiknya pelanggan biasanya menggunakan lebih dari satu aplikasi jasa ojek online (Fatimah.sahda) dan juga akhir-akhir ini di media sosial sedang ramai membicarakan pelayanan Maxim yang kurang baik, berbagai macam kejadian atau pengalaman kurang baik yang dialami oleh beberapa pelanggan pengguna layanan Maxim, contohnya seperti kejadian driver Maxim car yang meminta penumpang turun sebelum mencapai tujuan perjalanan, dan yang paling ramai dibicarakan akhir-akhir ini baru saja terjadi yaitu driver Maxim ride melakukan percobaan penculikan terhadap penumpang yang menggunakan layanan transportasi online Maxim (medcom. Id, 2023)

Maxim harus dapat memperbaiki keluhan-keluhan tersebut agar dapat menciptakan kepuasan pelanggan yang lebih baik lagi, seperti membuat pembayaran cashless atau non tunai di dalam aplikasi Maxim, menambah mitra driver Maxim agar pelanggan tidak sulit mendapatkan driver Maxim, dan perbaikan sistem aplikasi Maxim lainnya seperti penetapan harga yang ada diaplikasi dan perbaikan sistem lokasi yang digunakan oleh Maxim.

Dalam hal ini, kualitas pelayanan yang diimplementasikan dengan baik dan tepat merupakan faktor utama mempengaruhi keberhasilan perusahaan karena bisa menciptakan kepuasan pelanggan (Saputra and Yulistianis, 2019). Kepuasan yang didapatkan oleh pelanggan dapat mendorong untuk menggunakan kembali jasa layanan ini sehingga bisa menimbulkan hal positif untuk keberhasilan perusahaan pengiriman online. Semua masyarakat yang menggunakan jasa transportasi online akan melihat dari segi kualitas pelayanan, segi pelayanan yang berkualitas dapat menyebabkan pandangan terhadap suatu perusahaan jasa menjadi baik pula. Bagaimana Maxim sebagai jasa transportasi online seharusnya memiliki sumber daya manusia yang sopan, dan memiliki ketepatan waktu dalam pengambilan pesanan konsumen sehingga dapat membangun loyalitas konsumen.

untuk mempertahankan kepercayaan bukanlah pekerjaan yang mudah, sehingga diperlukan semangat yang kuat untuk mengelola hal tersebut. Salah satu kendala yang terjadi pada aspek kepercayaan adalah kepercayaan akan faktor keselamatan dalam berkendara. Berdasarkan pengalaman beberapa pengguna maxim, mereka menuturkan bahwa, terkadang ada beberapa driver yang tidak menyediakan helm sesuai dengan standar yang diberikan maxim. Tentunya dengan keadaan ini, perasaan konsumen pada saat berkendara menjadi tidak nyaman dikarenakan helm yang digunakan bukan helm standar maxsim. Oleh karena itu, perlu adanya sosialisasi dari perusahaan terkait faktor keselamatan bagi konsumen kepada setiap driver. Aspek safety riding merupakan salah satu komponen penting untuk meningkatkan kepercayaan pengguna maxsim. Representatif rasa percaya diri yang tinggi dalam memberikan pelayanan serta kenyamanan, menjelaskan bahwa kepercayaan dapat meningkatkan loyalitas seorang konsumen(unidha, 2017).

Menurut Kurniasari dan Ernawati dalam Harumni(2016) Kepuasan konsumen terhadap jasa tersebut karena adanya pengalaman bertransaksi dengan jasa tersebut. Jika konsumen merasa senang menggunakan jasa tersebut, maka reaksi positif dan hasil positif akan diterima perusahaan dan memberikan hubungan jangka Panjang. Dengan perasaan konsumen yang puas akan membuat konsumen mengulang penggunaan jasa dan pembelian produk tersebut. Akibatnya terhadap jasa tersebut konsumen akan semakin loyal. Kepuasan konsumen Maxim masih rendah dibanding dengan pesaingnya, terbukti masih banyak kritikan terhadap aplikasi Maxim ini.

Memiliki konsumen yang loyal akan menguntungkan pihak Maxim. Jasa tersebut akan mendapatkan reaksi positif dari konsumen sehingga Maxim bisa tetap bersaing dengan jasa transportasi online lainnya. Menurut Lovelock dalam Ramadhan et al(2019) loyalitas konsumen adalah konsumen yang bersedia memanfaatkan dalam waktu yang lama terhadap suatu jasa dalam perusahaan secara berulang dan sukarela mempromosikan jasa tersebut kepada kerabatnya. Loyalitas konsumen memiliki pengaruh yang besar terhadap kehidupan perusahaan yang berlangsung sehingga perusahaan tetap dapat bersaing di pasar dan mendapatkan keuntungan dalam bentuk promosi, misalnya konsumen menyarankan menggunakan aplikasi Maxim kepada orang lain dikarenakan memiliki pengalaman bertransaksi yang baik.

Penelitian ini sudah dilakukan sebelumnya oleh para peneliti terdahulu, pertama terdapat pada penelitian yang dilakukan oleh alma (2010), dengan judul analisis pengaruh kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas nasabah (kasus taplus pada PT. Bank BNI cabang upi) menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah

Hal inilah yang mendorong peneliti untuk meneliti mengenai loyalitas konsumen maxim di kota padang untuk mengevaluasi betapa pentingnya kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan konsumen maxim dalam upaya untuk meningkatkan loyalitas konsumen yang nantinya akan berpengaruh pada kelangsungan hidup perusahaan maka perlu dilakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Maxsim** (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unidha)

1.2 Rumusan Masalah

Mengacu masalah diatas pada penelitian terdapat perumusan pertanyaan yakni:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen maxim pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis unidha?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Maxim pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis unidha?
3. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Maxim pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis unidha?
4. Apakah kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan konsumen secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Maxim pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis unidha?

1.3 Tujuan Penelitian

Mengacu perumusan masalah sebelumnya, terdapat tujuan penelitian, yakni

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Maxim pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis unidha .
2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas konsumen Maxim pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis unidha.

3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen Maxim pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis unidha.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan konsumen Maxim terhadap loyalitas konsumen Maxim pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis unidha secara simultan.

1.4 Manfaat Penelitian

Terdapat manfaat yang penulis harapkan dari penelitian yang dilaksanakan yakni :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Diharapkan pelaksanaan penelitian dapat membawa manfaat teoritis yakni:

1. Penelitian dapat menjadi sumber referensi bagi penelitian lain yang belum dilaksanakan. Penelitian yang kaitannya dengan loyalitas konsumen.
2. Penelitian ini dapat memperluas pengetahuan dan wawasan bagi akademis atau mahasiswa.

1.4.2 Manfaat Praktis

Diharapkan pelaksanaan penelitian dapat membawa manfaat praktis yakni :

1. Bagi perusahaan, terdapat harapan penelitian yang dihasilkan menjadi bahan perencanaan bagi pemimpin perusahaan guna mengatasi masalah perusahaan.
2. Bagi pihak lain, terdapat harapan penelitian yang dihasilkan menjadi refrensi bagi teman-teman yang membutuhkan dalam membuat karya ilmiah dengan tema atau objek yang sama

1.5 Batasan Masalah

Kaitannya dengan lingkup masalah yang sangat luas dan waktu yang terbatas pada penelitian yang dilaksanakan, untuk itu penulis membatasi permasalahan antara lain:

1. Variabel penelitian yang dilaksanakan yakni pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan konsumen (variabel X) dan loyalitas konsumen (variabel Y).
2. Responden yang diteliti adalah pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Dharma Andalas Padang yang pernah melakukan jasa transportasi maxim.