



PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *PRICE*, DAN *PERCEIVED EASE OF USE* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* PENGGUNA TRANSPORTASI *ONLINE* MAXIM

SKRIPSI

FAUZI BAGAS SAPUTRA 2010111098

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2023**



PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *PRICE*, DAN *PERCEIVED EASE OF USE* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* PENGGUNA TRANSPORTASI *ONLINE* MAXIM

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

FAUZI BAGAS SAPUTRA 2010111098

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
2023**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Fauzi Bagas Saputra

NIM. : 2010111098

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 4 Desember 2023

Yang menyatakan,



(Fauzi Bagas Saputra)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fauzi Bagas Saputra
NIM : 2010111098
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

***Pengaruh Service Quality, Price, dan Perceived Ease of Use Terhadap
Customer Satisfaction Pengguna Transportasi Online Maxim***

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 4 Desember 2023

Yang menyatakan,



(Fauzi Bagas Saputra)

SKRIPSI

**PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *PRICE*, DAN *PERCEIVED EASE OF USE* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* PENGGUNA
TRANSPORTASI *ONLINE* MAXIM**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

FAUZI BAGAS SAPUTRA 2010111098

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 19 Desember 2023 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Dra. Bernadin Dwi M, MM., CPM.

Ketua Penguji

Rosali Sembiring Colia, SE., MM.

Penguji I

Dr. Jubaedah, SE., MM.

Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis

Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S., MBA., CWM.

Penguji II (Pembimbing)

Siti Hidavati, SE., MM.

Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta

Pada tanggal : 19 Desember 2023

***THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, PRICE, AND
PERCEIVED EASE OF USE ON CUSTOMER SATISFACTION
OF MAXIM ONLINE TRANSPORTATION USERS***

By Fauzi Bagas Saputra

Abstract

Maxim has become a popular online transportation in Indonesia. The industry provides effectiveness and efficiency through easily accessible services. In addressing societal challenges to meet the needs and mobility of the people, an online transportation service that aligns with user expectations is necessary. This research aims to identify, analyse, and prove the partial influence of service quality, price, and perceived ease of use on customer satisfaction among Maxim's online transportation users. The research sample consists of 100 respondents who are Maxim's online transportation users residing in East Jakarta. This is a quantitative research using primary data. The sample collection techniques uses a non-probability sampling, specifically purposive sampling method. The data used are collected through google forms, and data analysis involves both descriptive and inferential analyses. The data analysis is carried out using the SmartPLS 4.0 software. The results indicate that (1) service quality significantly influences customer satisfaction of 0.462, (2) price significantly influences customer satisfaction of 0.264, and (3) perceived ease of use significantly influences customer satisfaction of 0.246. The R-Square values obtained for service quality, price, and perceived ease of use variables contribute 67.9% to customer satisfaction, while the remaining 32.1% is influenced by other variables not included in this research.

Keywords: *Service Quality, Price, Perceived Ease of Use, Customer Satisfaction, Maxim.*

PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *PRICE*, DAN *PERCEIVED EASE OF USE* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* PENGGUNA TRANSPORTASI *ONLINE* MAXIM

Oleh Fauzi Bagas Saputra

Abstrak

Maxim telah menjadi transportasi *online* yang populer di Indonesia. Industri ini memberikan keefektifan dan keefisienan melalui layanannya yang dapat diakses dengan mudah. Dalam mengatasi permasalahan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan dan mobilitas, maka diperlukan transportasi *online* yang sesuai dengan harapan pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menganalisis, dan membuktikan apakah terdapat pengaruh *service quality*, *price*, dan *perceived ease of use* terhadap *customer satisfaction* pengguna transportasi *online* Maxim secara parsial. Sampel penelitian ini adalah pengguna transportasi *online* Maxim berdomisili di Jakarta Timur sebanyak 100 responden. Penelitian ini merupakan penelitian secara kuantitatif dengan menggunakan data primer. Teknik pengumpulan sampel dengan metode *non probability sampling* yaitu metode *purposive sampling*. Pengumpulan data menggunakan *google form* dan teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan inferensial. Pengolahan data dilakukan dengan alat uji *software* SmartPLS 4.0 dan dihasilkan bahwa (1) *service quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* sebesar 0,462, (2) *price* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* sebesar 0,264, dan (3) *perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* sebesar 0,246. Adapun nilai *R-Square* yang diperoleh pada variabel *service quality*, *price*, dan *perceived ease of use* memberikan kontribusi terhadap *customer satisfaction* sebesar 67,9% dan sisanya sebesar 32,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diikutsertakan pada penelitian ini.

Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan, Harga, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepuasan Pelanggan, Maxim.*



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450
Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904
Laman : www.feb.upnvj.ac.id , e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SEMESTER GANJIL TA. 2023/2024**

Pada hari ini Selasa, 19 Desember 2023, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa:

Nama : Fauzi Bagas Saputra
Nomor Induk Mahasiswa : 2010111098
Program Studi : Manajemen S.1

**“PENGARUH SERVICE QUALITY, PRICE, DAN PERCEIVED EASE OF USE TERHADAP
CUSTOMER SATISFACTION PENGGUNA TRANSPORTASI ONLINE MAXIM”**

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus**)

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dra. Bernadin Dwi M, MM., CPM.	Ketua	1.
2	Rosali Sembiring Colia, SE., MM.	Anggota I	2.
3	Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S., MBA., CWM.	Anggota II**)	3.

Catatan:

*) Coret yang tidak perlu

***) Dosen Pembimbing

JAKARTA, 19/12 - 2023

MENGESAHKAN

A.n. DEKAN

Kaprodi Manajemen S.1

Siti Hidayati, SE, MM

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Service Quality*, *Price*, Dan *Perceived Ease of Use* Terhadap *Customer Satisfaction* Pengguna Transportasi *Online Maxim*”**

Adapun skripsi dibuat sebagai syarat mencapai gelar sarjana pada Program S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang terlibat dalam memberikan dukungan. Pihak tersebut diantaranya:

1. Dr. Jubaedah, SE., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang memberikan izin untuk penulisan penelitian.
2. Dr. Yudi Nur Supriadi, S.Sos.I, MM. selaku Ketua Jurusan Manajemen yang telah memberikan arahan dalam penyusunan penelitian.
3. Siti Hidayati, SE., MM. selaku Kepala Program Studi Manajemen Program Sarjana yang telah memberikan arahan dan dukungan.
4. Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S., MBA., CWM. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan, nasihat, serta masukan yang bermanfaat kepada penulis selama menyusun penelitian.
5. Dra. Heni Nastiti, MM. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang memberikan arahan terkait proses akademik terhadap penulis.
6. Kedua orang tua, kakak, dan keluarga besar penulis yang memberikan semangat serta dukungan.
7. Sahabat dan teman terdekat penulis yang telah menjadi pendengar dan pendorong semangat.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna sehingga penulis menerima kritik dan saran yang bersifat membangun guna menjadikan penelitian ini lebih baik lagi. Adapun harapan penulis, semoga penelitian ini dapat menambah wawasan bagi para pembaca dan bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, 19 Desember 2023

Fauzi Bagas Saputra

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	11
1.3. Tujuan Penelitian.....	11
1.4. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. Landasan Teori	12
2.1.1. Pemasaran.....	12
2.1.2. Perilaku Konsumen	13
2.1.3. <i>Digital Marketing</i>	13
2.1.4. <i>Customer Satisfaction</i> (kepuasan pelanggan).....	14
2.1.5. <i>Service Quality</i> (Kualitas layanan).....	18
2.1.6. <i>Price</i> (harga).....	19
2.1.7. <i>Perceived Ease of Use</i> (Persepsi Kemudahan Penggunaan)	20
2.2. Hasil Penelitian Sebelumnya.....	21
2.3. Model Penelitian	30
2.4. Hipotesis.....	31

BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	32
3.1.1. Definisi Operasional.....	32
3.1.2. Pengukuran Variabel.....	33
3.2. Populasi dan Sampel	34
3.2.1. Populasi	34
3.2.2. Sampel	35
3.3. Teknik Pengumpulan Data	36
3.3.1. Jenis Data	36
3.3.2. Sumber Data	36
3.3.3. Pengumpulan Data	37
3.4. Teknik Analisis Data	38
3.4.1. Teknik Analisis Statistik Deskriptif.....	38
3.4.2. Teknik Analisis Inferensial	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	49
4.2. Deskripsi Data Penelitian	52
4.2.1. Deskripsi Data Responden	52
4.2.2. Analisis Data Deskriptif.....	58
4.3. Analisis Data Inferensial	63
4.3.1. Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	63
4.3.2. Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	68
4.4. Uji Hipotesis dan Analisis	70
4.5. Pembahasan.....	72
4.5.1. Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	72
4.5.2. Pengaruh <i>Price</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	74
4.5.3. Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> ..	75
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	77
5.1. Simpulan.....	77
5.2. Keterbatasan Penelitian	78
5.3. Saran.....	78

DAFTAR PUSTAKA.....	80
RIWAYAT HIDUP.....	85
LAMPIRAN.....	86

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jasa Transportasi yang sering digunakan di Indonesia.....	2
Tabel 2. Ketidakpuasan Pelanggan Pada Transportasi Online.....	5
Tabel 3. Perbandingan Tarif Maxim, Gojek, dan Grab Jarak 1-5 km.	8
Tabel 4. Matriks Penelitian Sebelumnya Terkait dengan.....	27
Tabel 5. Pengukuran Variabel.....	34
Tabel 6. Skala Likert	37
Tabel 7. Kisi - Kisi Instrumen Penelitian	37
Tabel 8. Interpretasi Nilai Indeks Responden	40
Tabel 9. Harga Layanan Maxim.....	51
Tabel 10. Nilai Indeks Tanggapan Responden Variabel Customer Satisfaction	58
Tabel 11. Nilai Indeks Tanggapan Responden Variabel Service Quality	60
Tabel 12. Nilai Indeks Tanggapan Responden Variabel Price	61
Tabel 13. Nilai Indeks Tanggapan Responden Variabel Perceived Ease of Use	62
Tabel 14. Nilai Outer Loading	65
Tabel 15. Cross Loading	66
Tabel 16. Average Variance Extracted (AVE)	67
Tabel 17. Composite Reliability.....	68
Tabel 18. Cronbach's Alpha.....	68
Tabel 19. R-Square.....	69
Tabel 20. Q-Square.....	70
Tabel 21. Uji Bootstrapping	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Grafik Pengguna Transportasi Online di Indonesia (2022).....	2
Gambar 2. Grafik Pengguna Transportasi Online di Jabodetabek (2022)	3
Gambar 3. Grafik Perkembangan Maxim (2018-2020)	4
Gambar 4. Penilaian Pelanggan atas Service Quality pada Maxim	7
Gambar 5. Penilaian Pelanggan atas Price pada Maxim.....	8
Gambar 6. Penilaian Pelanggan atas Perceived Ease of Use pada Maxim	9
Gambar 7. Model Penelitian	30
Gambar 8. Langkah-Langkah Analisis PLS	41
Gambar 9. Inner Model	42
Gambar 10. <i>Outer Model</i>	43
Gambar 11. Konstruksi Diagram Jalur Penelitian.....	43
Gambar 12. Logo Maxim.....	49
Gambar 13. Aplikasi Maxim	50
Gambar 14. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	52
Gambar 15. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Gambar 16. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
Gambar 17. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pemakaian	55
Gambar 18. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
Gambar 19. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan / Uang Saku	57
Gambar 20. Hasil Uji Outer Model.....	64
Gambar 21. Inner Model	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Penelitian Terdahulu	86
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	89
Lampiran 3. Data Kuesioner 100 Responden	95
Lampiran 4. Deskripsi Data Responden.....	106
Lampiran 5. Analisis Data Deskriptif.....	109
Lampiran 6. Output Outer Model SmartPLS 4.0	111
Lampiran 7. Output Inner Model SmartPLS 4.0.....	112
Lampiran 8. Output Analisis Data SmartPLS 4.0	113
Lampiran 9. T-tabel	116