

# Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Jasa Transportasi Online Maxim Pada Mahasiswa Universitas Tjut Nyak Dhien

## *The Influence of Service Quality and Trust on Customer Satisfaction Using Maxim Online Transportation Services for Tjut Nyak Dhien University Students*

Yolanda, Ahmad Yudhira, & Mella Yunita

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Tjut Nyak Dhien, Indonesia

Diterima: 26 Mei 2023; Direview: 04 Juni 2023; Disetujui: 09 Agustus 2023

\*Corresponding Email: [ahmadyudira@utnd.ac.id](mailto:ahmadyudira@utnd.ac.id)

### Abstrak

Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan menggunakan jasa transportasi online Maxim pada mahasiswa UTND. Jenis penelitiannya deskriptif kualitatif. Populasi dalam penelitian adalah mahasiswa yang menggunakan jasa transportasi online Maxim di UTND. Jumlah populasi dan sampel adalah 71 responden. Metode pengumpulan data yang menggunakan kuesioner dan wawancara. Teknik analisis data menggunakan Uji Kualitas Data, Uji Asumsi Klasik, Regresi Linear Berganda, Uji Hipotesis dan Koefisien Determinasi. Hasilnya menunjukkan bahwa: 1) Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, 2) Kepercayaan secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, 3) Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil Nilai Uji t yang diolah dengan SPSS Versi 25 adalah  $6.384 > 3.757$  pada signifikansi  $0.000 < 0.05$  dan  $6.384 > 5.748$  pada signifikansi  $0.000 < 0.05$ . Hasil Uji F menghasilkan Fhitung  $166.028 > Ftabel 3.13$  sehingga  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, artinya Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Nilai R square sebesar 83% artinya Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan oleh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan; Kepercayaan; Kepuasan Pelanggan

### Abstract

The research objective was to determine the effect of service quality and trust on customer satisfaction using Maxim online transportation services for UTND students. Type of research is descriptive qualitative. The population is students who used Maxim's online transportation services at UTND. Total population and sample is 71 respondents. Data collection methods using questionnaires and interviews. Data analysis techniques used Data Quality Test, Classical Assumption Test, Multiple Linear Regression, Hypothesis Test and Coefficient of Determination. The results show that: 1) Service Quality has a partial and significant effect on Customer Satisfaction, 2) Trust has a partial and significant effect on Customer Satisfaction, 3) Service Quality and Trust simultaneously have an effect and are significant on Customer Satisfaction. The results of the t test values processed with SPSS Version 25 were  $6,384 > 3,757$  at significance  $0,000 < 0.05$  and  $6,384 > 5,748$  at significance  $0,000 < 0.05$ . The results of the F test produce Fcount  $166.028 > Ftabel 3.13$  so that  $H_a$  is accepted and  $H_o$  is rejected, meaning that Service Quality and Trust have an effect on Customer Satisfaction. The R square value of 83%, meaning that customer satisfaction can be explained by customer quality and trust.

**Keywords:** Service Quality; Trust; Customer Satisfaction

**How to Cite:** Yolanda, Yudhira, A., & Yunita, M., (2023), Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Jasa Transportasi Online Maxim Pada Mahasiswa Universitas Tjut Nyak Dhien. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*. 6(1): 196-202.



## PENDAHULUAN

Transportasi merupakan sarana yang banyak dibutuhkan oleh masyarakat kini khususnya penduduk Indonesia, sebagai penunjang efektivitas dalam kegiatan sehari-hari (Karim et al., 2023). Adapun masyarakat Indonesia yang jarang jalan kaki dengan jumlah 3.513 langkah per harinya. Tentunya hal ini berdampak terhadap perusahaan untuk membuat inovasi yang sebanding dengan kebutuhan, keinginan serta kebiasaan Masyarakat (Adhitya & Sari, 2019). Dengan menciptakan beragamnya layanan jasa transportasi mulai dari transportasi angkutan penumpang, transportasi layanan pesan antar makanan, transportasi layanan delivery atau cargo, dan lain sebagainya (Bakhar et al., n.d.; Istianto et al., 2019).

Salah satu produk transportasi online adalah Maxim, Maxi adalah perusahaan transportasi berbasis aplikasi (*ride-hailing*) yang beroperasi di beberapa negara, terutama di wilayah Asia Tenggara. Maxim menyediakan layanan seperti pemesanan kendaraan dengan sopir untuk keperluan perjalanan sehari-hari atau perjalanan khusus (Qomariah, 2016; RATU, 2021). Layanan transportasi online seperti Maxim memungkinkan pengguna untuk memesan kendaraan melalui aplikasi seluler, biasanya mobil atau sepeda motor dengan sopir. Ini telah menjadi tren yang signifikan dalam industri transportasi, memberikan alternatif yang lebih nyaman dan mudah dibandingkan dengan taksi tradisional atau angkutan umum (Azis, 2018; Djajasinga, 2022). Dengan bantuan teknologi dan platform aplikasi, pengguna dapat melihat perkiraan tarif, memilih jenis kendaraan, melacak perjalanan secara real-time, dan melakukan pembayaran elektronik (Amaliah et al., 2021; Setyaningsih et al., 2020; Tsalisa et al., 2022).

Dari keunggulan Maxim di atas, beberapa pengguna menyebutkan jika Maxim masih memiliki kekurangan. Dengan tampilan aplikasi kurang menarik dan membingungkan pengguna, jumlah mitra driver dan mitra Food&Shop yang masih sedikit, map belum ter-update dan tidak akurat, promo yang sedikit, aplikasi untuk driver yang berbeda nama (*taxseedriver*) dengan nama produk Maxim, adanya biaya tunggu sebesar Rp.500/menit setelah 5 menit pertama, driver yang tidak ramah, belum banyak dikenal masyarakat Indonesia, jasa layanan apps masih sedikit, hingga belum mempunyai fitur non tunai.

Telah ditelusuri melalui ulasan dari para pengguna, masih banyaknya pengguna yang merasa tidak nyaman dengan tampilan GPS dan maps pada aplikasi Maxim. Titik yang kurang tepat dan berantakan, begitu juga maps yang tidak dapat diputar. Penjemputan yang cukup lama dikarenakan GPS pada aplikasi tidak sesuai dengan keberadaan lokasi driver, ada biaya tambahan dikarenakan driver harus mencari ulang alamat. Sistem yang error menyebabkan double order. Fitur-fitur aplikasi Maxim sendiri masih sangat membingungkan pengguna, mulai dari halaman utama, chat (pesan), pembatalan pemesanan, hingga pemberian bintang pada driver. Sehingga pengguna tidak merasa antusias menggunakan jasa layanan Maxim tersebut.

Berikut adalah penelitian terdahulu oleh: Dhita Tresiya, Djunaidi dan Heri Subagyo (2018), dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kenyamanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perusahaan Jasa Ojek Online Go-jek di kota Kediri. Dengan hasil yang menunjukkan Kualitas Pelayanan dan Kenyamanan Mempunyai Pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa ojek online go-jek di Kediri (Tresiya et al., 2018). Derry Sandika (2018), dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Go-jek di Yogyakarta. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas konsumen pada aplikasi Go-jek di Yogyakarta (Sandika, 2019). Pambudi (2018), dengan judul Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pengguna Layanan Jasa Transportasi Online Kejo Malang. Dengan hasil yang menunjukkan Kualitas layanan dan harga mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan jasa Transportasi Online Kejo Malang (Pambudi, 2018).

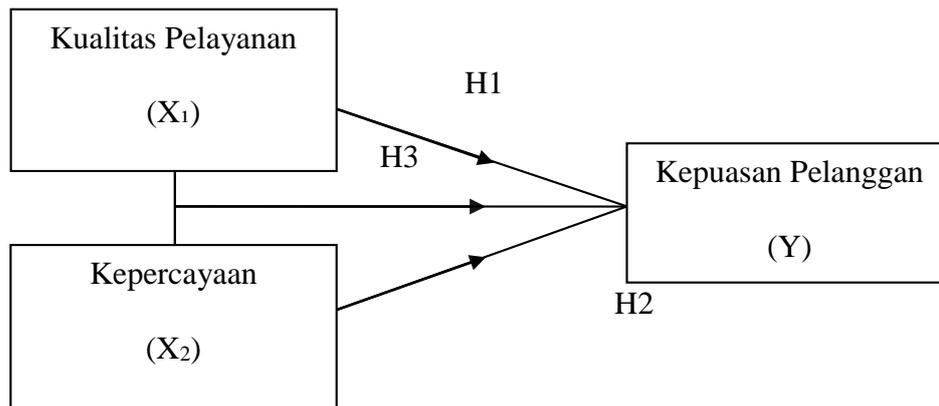
Kualitas Pelayanan ialah suatu hal pokok untuk melihat skala kegemaran konsumen. Dengan ini perusahaan bisa dinyatakan *recommended* jika bisa memiliki produk yang sepadan pada kemauan konsumen. Kepercayaan merupakan kemauan atau rasa optimis agar mendapatkan hasil yang baik atau cocok pada perusahaan dalam jaringan atau relasi dengan jangka waktu yang Panjang (Rangkuti, 2013). Kepuasan pelanggan adalah suatu tolak ukur untuk menentukan sebuah produk atau layanan yang dibutuhkan konsumen sudah memenuhi kebutuhan yang dibutuhkan (Qomariah, 2016). Berikut adalah hal yang menjadi acuan kepuasan pelanggan, yakni:



1. Produk yang menghasilkan kualitas
2. Pelayanan yang memberikan kualitas
3. Harga suatu produk,
4. Produk mudah diakses,
5. Tutorial mempromosikan produk.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan menggunakan jasa transportasi online Maxim pada mahasiswa Universitas Tjut Nyak Dhien.

Kerangka Konseptual merupakan sebuah skema menunjukkan kaitan antara variabel  $X_1$ ,  $X_2$  dan  $Y$  baik dalam parsial atau simultan.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

### Hipotesis

Hipotesis merupakan kesimpulan sementara yang diberikan peneliti terhadap permasalahan yang ada pada rumusan masalah dalam suatu penelitian. Hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan menggunakan jasa transportasi online Maxim pada mahasiswa Universitas Tjut Nyak Dhien.
2. Kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan menggunakan jasa transportasi online Maxim pada mahasiswa Universitas Tjut Nyak Dhien.
3. Kualitas pelayanan dan kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan menggunakan jasa transportasi online Maxim pada mahasiswa Universitas Tjut Nyak Dhien.

### METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Penelitian ini dilakukan dan di tujukan pada mahasiswa Universitas Tjut Nyak Dhien, yang berlokasi di Jalan Rasmi No.28, Kecamatan Medan Sunggal, Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara, Kode Pos 20123. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Oktober 2022 sampai dengan Februari 2023. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang menggunakan jasa transportasi online Maxim di Universitas Tjut Nyak Dhien. Jumlah populasi dan sampel dalam penelitian ini berjumlah 71 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dan wawancara (Arikunto, 2013). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Kualitas Data, Uji Asumsi Klasik, Regresi Linear Berganda, Uji Hipotesis dan Koefisien Determinasi (Arikunto, 2013).

**HASIL DAN PEMBAHASAN****Hasil Penelitian****Tabel 1. Hasil Pengujian Validitas**

Variabel	Indikator	R hitung	R tabel	Keterangan
Kualitas atau Mutu Pelayanan (X <sub>1</sub> )	Bukti Fisik.	.527	0.1968	Valid
	Kehandalan.	.606	0.1968	Valid
	Ketanggapan.	.734	0.1968	Valid
	Jaminan.	.665	0.1968	Valid
Kepercayaan (X <sub>2</sub> )	Empati	.713	0.1968	Valid
	Persepsi Kejujuran.	.623	0.1968	Valid
	Persepsi Kebaikan.	.607	0.1968	Valid
Kepuasan Pelanggan	Persepsi Kapabilitas.	.727	0.1968	Valid
	Kualitas barang atau jasa yang diperoleh.	.781	0.1968	Valid
	Kualitas pelayanan yang ditunjukkan.	.718	0.1968	Valid
	Harga barang dan juga jasa.	.782	0.1968	Valid
	Kemudahan dalam mengakses barang dan juga jasa.	.795	0.1968	Valid
	Tutorial mempromosikan barang atau jasa.	.443	0.1968	Valid

Sumber: diolah oleh penulis (2023)

Berdasarkan tabel 1, dari masing-masing item pertanyaan pada setiap variabel baik independen maupun dependen ternyata memiliki nilai r hitung lebih besar daripada r tabel maka datanya yang didapat dilapangan dapat dinyatakan valid.

**Tabel 2. Hasil Pengujian Reliabilitas**

Variabel	Cronbach'Alpha	Role Of Thumb	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X <sub>1</sub> )	.841	0.6	Reliabel
Kepercayaan (X <sub>2</sub> )	.804	0.6	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	.867	0.6	Reliabel

Sumber: diolah oleh penulis (2023)

Berdasarkan tabel 2, menunjukkan bahwa pada pengujian ini dilakukan secara variabel bukan secara item pertanyaan pada setiap variabel yang dapat dilihat hasilnya adalah nilai cronbach's alpha lebih besar daripada 0,6 maka dapat dikatakan reliabel.

**Tabel 3. Uji Normalitas**

Kolmogrove-Smirnove	Asymp.Sig	Kriteria	Keterangan
.115	.020	>0.05	Berdistribusi Tidak Normal

Sumber: diolah oleh penulis (2023)

Berdasarkan tabel 3, menunjukkan bahwa nilai yang dihasilkan pada Asymp.Sig sebesar 0,020 yang dapat dikatakan nilai asymp.sig 0,020 lebih kecil daripada 0,05 ternyata data dikatakan berdistribusi tidak normal.

**Tabel 4. Uji Multikolinearitas**

Variable	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X <sub>1</sub> )	.254	3.932	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Kepercayaan (X <sub>2</sub> )	.254	3.932	Tidak Terjadi Multikolinieritas

Sumber: diolah oleh penulis (2023)

Berdasarkan tabel 4, menunjukkan bahwa baik kualitas pelayanan dan kepercayaan memiliki nilai tolerance kurang dari 1 dan VIF memiliki nilai kurang dari 10 maka dapat dikatakan data tidak mengalami multikolinieritas.

**Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas**

Variabel	t hitung	Sig.	Keterangan
Constant	2.779	.007	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
Kualitas Pelayanan (X <sub>1</sub> )	.436	.664	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
Kepercayaan (X <sub>2</sub> )	-1.082	.283	Tidak terjadi Heteroskedastisitas

Sumber: diolah oleh penulis (2023)

Berdasarkan tabel 5, menunjukkan bahwa pengujian ini menggunakan metode Uji Glejser yang nilainya dilihat dari t sig. Pada variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan memiliki nilai sig lebih besar daripada 0,05 maka dapat dikatakan data tidak terjadi heteroskedastisitas.

**Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Berganda**

Variable	Koefisien β	Standar Error
Konstanta	5.305	.831
Kualitas Pelayanan (X <sub>1</sub> )	.303	.081
Kepercayaan (X <sub>2</sub> )	.750	.130

Sumber: diolah oleh penulis (2023)

Berdasarkan tabel 6, menunjukkan koefisien β merupakan bentuk sebuah persamaan regresi yang dapat dihasilkan sebagai berikut:

$$Y = 5.305 + 0,303 X_1 + 0,750 X_2 + e$$

Dari persamaan di atas maka dapat dijadikan acuan untuk di intepretasikan sebagai berikut:

1. Koefisien Konstanta bernilai positif, artinya bahwa ketika perusahaan jasa transportasi online Maxim tidak mempertimbangkan kualitas pelayanan dan kepercayaan yang ditimbulkan maka kepuasan pelanggan tetap akan meningkat.
2. Koefisien Kualitas Pelayanan positif, artinya kenaikan kualitas pelayanan yang dimiliki konsumen meningkat disertai dengan kepuasan pelanggan.
3. Koefisien Kepercayaan bernilai positif, artinya setiap kepercayaan yang diberikan jasa transportasi online Maxim meningkat, akan disertai dengan peningkatan kepuasan pelanggan juga.

**Tabel 7. Hasil Uji t**

Model	t hitung	Sig.
Constant	6.384	.000
Kualitas Pelayanan (X <sub>1</sub> )	3.757	.000
Kepercayaan (X <sub>2</sub> )	5.748	.000

Sumber: diolah oleh penulis (2023)

Nilai t hitung yang dihasilkan pada variabel kepercayaan adalah 3.757 dengan sig. 0,000. Hasil analisis sig. 0,005 lebih kecil daripada 0,05 artinya secara individu variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Kesimpulannya Ha diterima dan Ho ditolak.

Nilai t hitung yang dihasilkan pada variabel kepercayaan adalah 5.748 dengan sig. 0,000. Hasil analisis sig. 0,005 lebih kecil daripada 0,05 artinya secara individu variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Kesimpulannya Ha diterima dan Ho ditolak.

**Tabel 8. Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	360.721	2	180.361	166.028	.000 <sup>b</sup>
Residual	73.870	68	1.086		
Total	434.592	70			

- Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

- Predictors (Constant), Kepercayaan (X<sub>2</sub>), Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>)

Sumber: diolah oleh penulis (2023)

Berdasarkan tabel 8, didapat nilai F hitung 166.028 menghasil F tabel 3.13 (n-k pada k=71-3=68 dan k-1=3-1=2 pada kolom 2) dengan F sig. 0,000 dimana F sig. 0,000 lebih kecil daripada 0,05 maka Ha diterima dan Ho ditolak. Dapat diartikan bahwa secara simultan Kualitas Pelayanan (X1) dan Kepercayaan (X2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

**Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R square	Adjusted R square	Std. Error of the Estimate
1	.911 <sup>a</sup>	.830	.825	1.04227

Sumber: diolah oleh penulis (2023)

Berdasarkan tabel 9, dapat diketahui Nilai R<sup>2</sup> 0.830 dapat disebut koefisien determinasi, hal ini berarti 0.830 (83%) Kepuasan Pelanggan dapat diperoleh dan dijelaskan oleh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan sedangkan sisanya 17 % dijelaskan oleh variabel luar model yang tidak diteliti.

### Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Berdasarkan Kepuasan Pelanggan.  
Telah terdapat hasil pada riset, ditemukan dampak positif juga signifikan secara parsial antara kualitas pelayanan pada kepuasan pengguna jasa transportasi online Maxim pada mahasiswa Universitas Tjut Nyak Dhien dengan hasil nilai t hitung kepuasan pelanggan  $6.384 > 3.757$  pada signifikan  $0.000 < 0.05$ .
2. Pengaruh Kepercayaan Berdasarkan Kepuasan Pelanggan.  
Telah terdapat hasil daripada riset, ditemukan dampak positif juga signifikan secara parsial antara kualitas pelayanan pada kepuasan pengguna jasa transportasi online Maxim pada mahasiswa Universitas Tjut Nyak Dhien dengan hasil nilai t hitung Kepuasan Pelanggan  $6.384 > 5.748$  pada signifikan  $0.000 < 0.05$ .
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan juga Kepercayaan Berdasarkan Kepuasan Pelanggan  
Penelitian pada F hitung 166.028 menghasil F table 3.13 (n-k pada k=71-3=68 dan k-1=3-1=2 pada kolom 2) sedangkan pada F sig. 0,000 pada dasarnya F sig. 0,000 lebih kecil dibanding 0,05 maka Ha diterima dan Ho ditolak. Bisa ditafsirkan secara simultan Kualitas Pelayanan (X1) serta Kepercayaan (X2) mempunyai pengaruh signifikan pada Kualitas Pelanggan (Y).

### SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, penulis memperoleh kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan menggunakan Jasa transportasi online maxim pada mahasiswa Universitas Tjut Nyak Dhien, sebagai berikut:

1. Dari hasil pengujian hipotesis penelitian terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi online Maxim pada mahasiswa Universitas Tjut Nyak Dhien dengan hasil nilai t hitung Kepuasan Pelanggan  $6.384 > 3.757$  pada signifikansi  $0.000 < 0.05$ .
2. Dari hasil pengujian hipotesis penelitian terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi online Maxim pada mahasiswa Universitas Tjut Nyak Dhien dengan hasil nilai t hitung Kepuasan Pelanggan  $6.384 > 5.748$  pada signifikansi  $0.000 < 0.05$ .
3. Hasil dari penelitian yang sudah dilakukan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi online Maxim pada mahasiswa Universitas Tjut Nyak Dhien.
4. Hasil Koefisien Determinasi (R square) 0.83 dalam hal ini Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan oleh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan sebesar 83% sedangkan sisanya (100 - 83) 17% dijelaskan oleh variabel dari luar yang tidak diteliti.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhitya, W. R., & Sari, E. P. (2019). Graber: Studi Peluang Bisnis Alternatif Bagi Mahasiswa Di Kota Medan. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 2(2), 254–270. <https://doi.org/10.34007/jehss.v2i2.91>
- Amaliah, K. R., Ahmad, S. N., & Rustan, F. R. (2021). Aplikasi Metode Pieces Dalam Menganalisis Kualitas Layanan Pengguna Transportasi Online Maxim. *J. Ilm. Tek. Sipil*, 9(1), 35–44.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*.
- Azis, R. (2018). *Pengantar Sistem dan Perencanaan Transportasi*. Deepublish.
- Bakhar, M., Kom, S., Kom, M., Eka Hendrayani, S. E., MM, M. M. D. Z. S. S. E., Surlianto, D. F., Suraji, I. A., Yunita Sopiana, S. E., Yusuf, M., & Nugroho, M. S. I. W. E. (n.d.). *PERKEMBANGAN STARTUP DI INDONESIA*.
- Djajasinga, I. N. D. (2022). *Ekonomi Transportasi*. CV Rey Media Grafika.
- Istianto, B., Bambang Istianto, Ms., Suharti, E., Erna Suharti, S. E., Noviyanti, N., IP, S., Ismaryati, E., Ismaryati, E., & Hum, S. (2019). *Transportasi Jalan di Indonesia Sejarah dan Perkembangannya*. Melvana Publishing.
- Karim, H. A., Lis Lesmini, S. H., Sunarta, D. A., SH, M. E., Suparman, A., SI, S., Kom, M., Yunus, A. I., Khasanah, S. P., & Kom, M. (2023). *Manajemen transportasi*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Pambudi, D. A. (2018). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pengguna Layanan Jasa Transportasi Online Kejo Malang*. University of Muhammadiyah Malang.
- Qomariah, N. (2016). *Marketing Adactive Strategy. Jember. Cahaya Ilmu*.
- Rangkuti, F. (2013). *Customer Service Satsfaction & Call Centre Berdasarkan ISO 9001*. Gramedia Pustaka Utama.
- RATU, F. B. S. (2021). ANALISIS PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TRANSPORTASI ONLINE MAXIM TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA MAHASISWA/I TRANSPORTASI EKSTENSI UNIVERSITAS MARITIM AMNI SEMARANG. *SKRIPSI*.
- Sandika, D. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Gojek Di Yogyakarta*.
- Setyaningsih, E., Ismawan, E., & Hidayat, T. (2020). Analisa Tingkat Kepuasan Pelanggan Transportasi Online Maxim di Balikpapan. *J-Sim: Jurnal Sistem Informasi*, 3(1), 33–38.
- Tresiya, D., Djunaidi, D., & Subagyo, H. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan dan kenyamanan terhadap kepuasan konsumen (studi pada perusahaan jasa ojek online go-jek di kota Kediri). *JIMEK: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 1(2), 208–224.
- 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.

