

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN KEMUDAHAN
PENGUNAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN DAN KEPERCAYAAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING PADA JASA *MAXIM* DI KOTA PADANG**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
(SE) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri*



Disusun Oleh :

YUSRI HIDAYAT

19059120

DEPARTEMEN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS NEGERI PADANG

2023

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN DAN
KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA JASA MAXIM DI
KOTA PADANG

Nama : Yusri Hidayat
Nim/BP : 19059120/2019
Jenjang Program : Strata 1 (S1)
Keahlian : Manajemen Pemasaran
Departemen : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Padang, 2 November 2023

Disetujui oleh,
Kepala Departemen Manajemen



Dr. Syahrizal, SE., M.Si
NIP. 19720902 199802 1 001

Mengetahui,
Pembimbing



Mike Yolanda, SE., MM
NIP. 19890511 202203 2 006

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN DAN
KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA JASA MAXIM DI
KOTA PADANG

Nama : Yusri Hidayat
Nim/BP : 19059120/2019
Jerjang Program : Strata 1 (S1)
Keahlian : Manajemen Pemasaran
Departemen : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dinyatakan Lulus Setelah Diuji Didepan Penguji
Departemen Manajemen (S1)
Universitas Negeri Padang

Padang, 2 November 2023

Tim Penguji

Tanda Tangan

1. Mike Yolanda, SP, MM

1.



2. Astri Yuza Sari, SE, MM

2.



3. Dr. Susi Evanita, MS



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Yusri Hidayat
Nim/BP : 19059120/2019
Tempat/Tgl Lahir : Gobah, 7 Agustus 1998
Jenjang Program : Strata 1 (S1)
Keahlian : Manajemen Pemasaran
Departemen : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Alamat : Pili Jorong Gobah, Bukik Batabuah Kabupaten Agam
Hp/Telp : 082268462395
Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kemudahan Penggunaan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening pada Jasa *Maxim* Di Kota Padang

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis (skripsi) saya adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini merupakan gagasan, rumusan, dan penilaian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan tim pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasi oleh orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan pencantuman daftar pustaka.
4. Karya tulis ini **Sah** apabila telah ditanda tangani **Asli** oleh tim pembimbing, tim penguji dan kepala departemen.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana yang diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai norma yang berlaku pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.

Padang, 2 November 2023


Yusri Hidayat
NIM. 19059120

ABSTRAK

Yusri Hidayat (2019/19059120) : Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kemudahan Penggunaan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening pada Jasa *Maxim* Di Kota Padang

Dosen Pembimbing : Mike Yolanda, SP, MM

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, kemudahan penggunaan terhadap loyalitas dengan kepuasan dan kepercayaan sebagai variabel intervening jasa maxim di Kota Padang. Sedangkan jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 130 responden. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuisioner secara tidak langsung melalui google form dan pengolahan data dilakukan melalui perangkat lunak Smart PLS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) Harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna maxim di Kota Padang, (2) Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna maxim di Kota Padang, (3) Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna maxim di Kota Padang, (4) Kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna maxim di Kota Padang, (5) Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna maxim di Kota Padang, (6) Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pengguna maxim di Kota Padang, (7) Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pengguna maxim di Kota Padang, (8) Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepercayaan pengguna maxim di Kota Padang, (9) Kemudahan Penggunaan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pengguna maxim di Kota Padang, (10) Harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas melalui kepuasan sebagai Variabel intervening pengguna maxim di Kota Padang, (11) Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas melalui

kepuasan sebagai Variabel intervening pengguna maxim di Kota Padang, (12) Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas melalui kepercayaan sebagai Variabel intervening pengguna maxim di Kota Padang, (13) Kemudahan Penggunaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas melalui kepuasan sebagai Variabel intervening pengguna maxim di Kota Padang.

Kata kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, Kemudahan Penggunaan Loyalitas, Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan nikmat kesehatan dan rahmatNya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kemudahan Penggunaan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening pada Jasa Maxim Di Kota Padang”**. Sholawat beriringan salam penulis ucapkan buat junjungan kita yakni Nabi Besar Muhammad Sallallahu ‘Alaihi Wassalam yang telah membawa kita dari zaman kegelapan ke zaman yang penuh dengan pengetahuan seperti yang dapat kita rasakan pada saat ini.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat bagi penulis untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi. Dalam penulisan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan dan bimbingan serta arahan dari berbagai pihak. Maka penulis ucapkan terimakasih kepada :

1. Ibu Mike Yolanda, SP, MM selaku pembimbing yang penuh perhatian dan kesabaran dalam membimbing dan memberikan masukan terhadap penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Astri Yuza Sari SE, MM selaku penguji I dan ibu Dr. Susi Evanita, MS selaku penguji II yang memberikan saran, kritikan agar skripsi ini menjadi lebih baik.
3. Bapak Perengki Susanto, SE, MM, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.
4. Bapak Dr.Syahrizal, SE, M.Si selaku Ketua Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.
5. Ibu Yuki Fitria, SE, MM selaku dosen pembimbing akademik penulis yang telah memberikan segala arahan dan bimbingan kepada penulis selama menjalani perkuliahan, sehingga penulis sampai pada tahap ini.

6. Teristimewa sekali kepada orang tua tercinta Ibu Nel Artis dan Bapak Yun Hardi yang telah memberikan perhatian dan dukungan moril, do'a, materil dan juga kasih sayang yang tak ternilai harganya. Kemudian juga kepada keluarga besar yang selalu memberikan semangat tiada tara kepada penulis demi menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-teman se Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang Tahun 2019 serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan dibalas oleh Allah Subhanahu Wa Ta'ala sebaik-baiknya Maha Pembalas. Penulis menyadari hasil penelitian ini masih banyak kurangnya. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kebaikan penulisan laporan penelitian penulis di masa yang akan datang.

Penulis berharap semoga hasil penelitian ini berguna bagi semua pihak, atas perhatiannya penulis ucapkan terimakasih.

Padang, November 2023

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	I
DAFTAR ISI.....	VIII
DAFTAR TABEL.....	X
DAFTAR GAMBAR	XI
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi masalah	11
C. Batasan Masalah.....	11
D. Rumusan Masalah	12
E. Tujuan Penelitian	13
F. Manfaat Penelitian	15
BAB II KAJIAN TEORI.....	18
A. Kajian Teori	18
B. Hubungan antar Variabel	28
C. Penelitian Terdahulu	35
D. Kerangka Konseptual.....	38
E. Hipotesis Penelitian.....	39
BAB III METODE PENELITIAN.....	41
A. Jenis Penelitian.....	41
B. Tempat dan Waktu penelitian	41
C. Populasi dan Sampel	41
D. Data Penelitian	43
E. Variabel Penelitian dan Defenisi Operasial	44
F. Instrumen Penelitian.....	47
G. Metode Analisis Data.....	48
BAB IV	57
PEMBAHASAN	57
A. Gambaran Umum Transportasi <i>Online</i> Maxim.....	57
B. Visi dan Misi Transportasi <i>Online</i> Maxim.....	58

C. Hasil Pengumpulan Data.....	59
D. Analisis Data.....	67
E. Uji Hipotesis.....	74
F. Pembahasan.....	82
BAB V.....	94
KESIMPULAN DAN SARAN.....	94
A. Kesimpulan	94
B. Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA	101

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Perengkingan Persepsi Masyarakat.....	1
Tabel 2 Rating Kepuasan Pelanggan Pengguna Transportasi Online.....	2
Tabel 3 Perbandingan tarif Maxim, Grab dan Gojek per 3 KM	7
Tabel 4 Penelitian Terdahulu	35
Tabel 5 Definisi operasional	44
Tabel 6 Skala Likert.....	47
Tabel 7 Daftar Kriteria Tingkat Capaian Responden.....	50
Tabel 8 Kriteria penilaian PLS menurut (Haryono, 2015).....	52
Tabel 9 Evaluasi Model Pengukuran Refleksi	53
Tabel 10 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 11 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	60
Tabel 12 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	61
Tabel 13 Deskripsi Frekuensi Variabel Loyalitas (Y)	62
Tabel 14 Deskripsi Frekuensi Variabel Harga (X1).....	63
Tabel 15. Deskripsi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan (X2).....	64
Tabel 16 Deskripsi Frekuensi Variabel Kemudahan Penggunaan (X3)	65
Tabel 17. Deskripsi Frekuensi Variabel Kepuasan Pelanggan (Z1)	65
Tabel 18 Deskripsi Frekuensi Variabel Kepercayaan (Z2).....	66
Tabel 19 Output Outer Loading	68
Tabel 20 Output Average Variance Extracted (AVE)	69
Tabel 21 Cross Loading Value.....	70
Tabel 22 Cronbach Alpha dan Composite Reliability	71
Tabel 23 Nilai R Square.....	72
Tabel 24 Nilai Q Square.....	73
Tabel 25 Nilai Goodness of Fit	74
Tabel 26 Path Coefficient.....	75
Tabel 27 Path Coefficient.....	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Pertumbuhan Pengguna Maxim	3
Gambar 2. Penilaian konsumen terhadap kepercayaan pada aplikasi jasa Maxim .	5
Gambar 3. Penilaian konsumen terhadap kualitas layanan pada aplikasi jasa Maxim	6
Gambar 4. Penilaian konsumen terhadap harga pada aplikasi jasa Maxim	8
Gambar 5. Penilaian konsumen terhadap kemudahan penggunaan Maxim	9
Gambar 6. Logo Maxim	59
Gambar 7. Model Akhir Output PLS	79

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi saat ini, perkembangan bisnis di Indonesia semakin pesat. Hal ini ditandai dengan setiap perusahaan bersaing untuk meningkatkan pangsa pasarnya. Setiap perusahaan berkompetisi dalam membuat inovasi untuk memenuhi keinginan, dan kebutuhan konsumen. Salah satu ditandai dengan kemunculan startup digital pada berbagai bidang. Salah satu bisnis startup yang berkembang saat ini adalah bidang jasa transportasi. Jasa transportasi berkembang sangat pesat dari tahun ke tahun. Jasa transportasi menyediakan pelayanan untuk mempermudah seseorang individu dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Untuk menjawab kebutuhan masyarakat saat ini telah lahir beberapa perusahaan penyedia aplikasi transportasi online.

Tabel 1. Perengkingan Persepsi Masyarakat

Persepsi	Transportasi Online	Kendaraan Pribadi	Angkutan Umum
	Persepsi Positif		
Sering Berpergian	31%	56%	12,5%
Lebih Mudah	41%	51%	7,5%
Lebih Nyaman	28%	65%	6,3%
Lebih Cepat	37%	60%	2,5%
Persepsi Negatif			
Lebih Mahal	45,0%	21,3%	33,8%
Tidak Suka	13,8%	15%	71,3%
Bingung	17,5%	11,3%	71,3%

Sumber : Sugianto, (2020)

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Sugianto, (2020) pada Tabel 1, dilakukan survei terhadap 80 orang responden dengan hasil transportasi online menjadi moda transportasi alternatif kedua setelah kendaraan pribadi dibandingkan angkutan umum. Terdapat persepsi positif dan persepsi negatif bagi masyarakat terkait penggunaan transportasi online. Dengan persepsi positif yaitu sering bepergian menggunakan, lebih mudah menggunakan, lebih nyaman menggunakan, dan lebih cepat menggunakan. Serta persepsi negatif yaitu lebih mahal menggunakan, tidak suka menggunakan, bingung menggunakan.

Maxim merupakan perusahaan jasa transportasi yang berbasis teknologi dan menggunakan aplikasi online. *Maxim* hadir di Indonesia pada tahun 2018. Selama satu tahun berdirinya *Maxim* sudah menjangkau seluruh kota di Indonesia. Pada dasarnya transportasi online *Maxim* hadir sebagai solusi untuk menjawab kebutuhan masyarakat yang membutuhkan transportasi online yang aman, nyaman, murah dan tepat waktu.

Tabel 2 Rating Kepuasan Pelanggan Pengguna Transportasi Online

No	Nama Perusahaan	Skala Rating	Total Keseluruhan Rating
1	Grab	1 - 5	4,8 (11 jt ulasan)
2	<i>Maxim</i>	1 – 5	4,8 (4 jt ulasan)
3	Gojek	1 – 5	4,6 (5 jt ulasan)
4	InDrive	1 – 5	4,6 (5 jt ulasan)

Sumber : *Playstore (2023)*

Dapat dilihat data rating kepuasan pelanggan melalui *Playstore* terkait transportasi online pada tabel 2, menunjukkan dimana *Maxim* memiliki peringkat rating nomor 2 setelah Grab. Lalu di peringkat ketiga yaitu Gojek dan peringkat keempat yaitu InDrive. Menciptakan kepuasan pelanggan merupakan tanggung jawab setiap perusahaan. Tingkat kepuasan pelanggan menjadi tolak ukur atau indikator untuk melihat seberapa bagus kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.



Gambar 1. Pertumbuhan Pengguna Maxim

Sumber : <https://id.maxim.com>

Berdasarkan pada Gambar 1, disajikan data pengguna jasa transportasi online Maxim sejak muncul di Indonesia pada tahun 2018 hingga Januari 2020 mengalami pertumbuhan dan semakin meningkat yang menjelaskan bahwa

semakin banyak masyarakat yang menggunakan Maxim sebagai pilihan transportasi. Pertumbuhan jumlah pengguna Maxim naik mencapai 31 kali lebih banyak dalam setahun dengan rata-rata pertumbuhan hingga 160% setiap bulannya.

Menurut Keller, (2009) mengemukakan loyalitas pelanggan adalah pengaruh dalam diri seseorang yang muncul secara terus menerus dalam membelanjakan seluruh anggaran dan ada membeli produk suatu layanan jasa dari penjual yang sama. Dasar bagi loyalitas sejati terletak pada kepuasan pelanggan, dimana kualitas layanan menjadi input utamanya Cheng & Rashid, (2013). Menurut Wardi, (2016) loyalitas pengguna jasa dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu: kualitas jasa, kepuasan pengguna jasa, rintangan beralih, nilai jasa, karakteristik pengguna jasa, persaingan, dan citra jasa. Menurut John Frazer Robinson dalam Firatmadi, (2017) loyalitas dipengaruhi oleh harga, produk, layanan, pengiriman, pengakuan.

Menurut Carranza, (2018) kepuasan pengguna sebagai penilaian positif dari pelanggan yang diperoleh dari produk atau layanan yang diberikan. Menurut Gilbert & Veloutsou, (2006) kepuasan merupakan ekspektasi sebagai persepsi atau keyakinan yang terbentuk sebelumnya mengenai penyampaian layanan sebagai acuan atau titik standar di mana kinerja suatu produk dapat dinilai. Selanjutnya Menurut Boonlertvanich, (2019), “Kepercayaan didefinisikan sebagai keyakinan pelanggan bahwa penyedia layanan akan

memenuhi kebutuhannya dan tidak mengambil tindakan yang tidak terduga yang menghasilkan hasil negatif.” Menurut Pooya et al., (2020), menyatakan bahwa “Jika pelanggan sudah percaya dengan layanan yang diberikan, pelanggan akan merasa puas dengan layanan tersebut. Satisfaction merupakan hal dari membandingkan kinerja yang sebenarnya yang dirasakan dan biaya yang dibayarkan oleh pelanggan sebelum dan sesudah pembelian.”



Gambar 2. Penilaian konsumen terhadap kepercayaan pada aplikasi jasa Maxim

Sumber : *Playstore, 2023*

Berdasarkan gambar 2, dapat dilihat bahwa banyaknya *driver Maxim* yang tidak sesuai atau berbeda dengan yang tertera di aplikasi pelanggan, yang membuat pelanggan jadi ragu dan kurang percaya dengan layanan *Maxim*.

Menurut Kotler, (2012) kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Definisi tersebut menjelaskan bahwa pelayanan yang baik akan memberikan pelanggan royal dan memberikan keuntungan bagi perusahaan sehingga dalam melakukan pelayanan, perusahaan harus berorientasi pada pelanggan.

Menurut Lupiyoadi, (2013) kualitas layanan ialah seberapa jauh kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka peroleh. Untuk melihat sejauh mana peranan kualitas layanan dimata pelanggan *Maxim*. Dapat dilihat dari *review* negatif dari pelanggan dituliskan pada *platform playstore* pada gambar 1 di bawah ini:



Gambar 3. Penilaian konsumen terhadap kualitas layanan pada aplikasi jasa *Maxim*

Sumber: *Playstore*, 2023

Berdasarkan gambar 3 menunjukkan bahwa, pada komentar pertama pelanggan tidak puas karena pelayanan dari driver yang tidak sopan kepada pelanggan dan pada komentar kedua pelanggan mengatakan pelayanan yang tidak bagus lantaran driver tidak mau membantu pelanggan dalam angkat berat bolak balik.

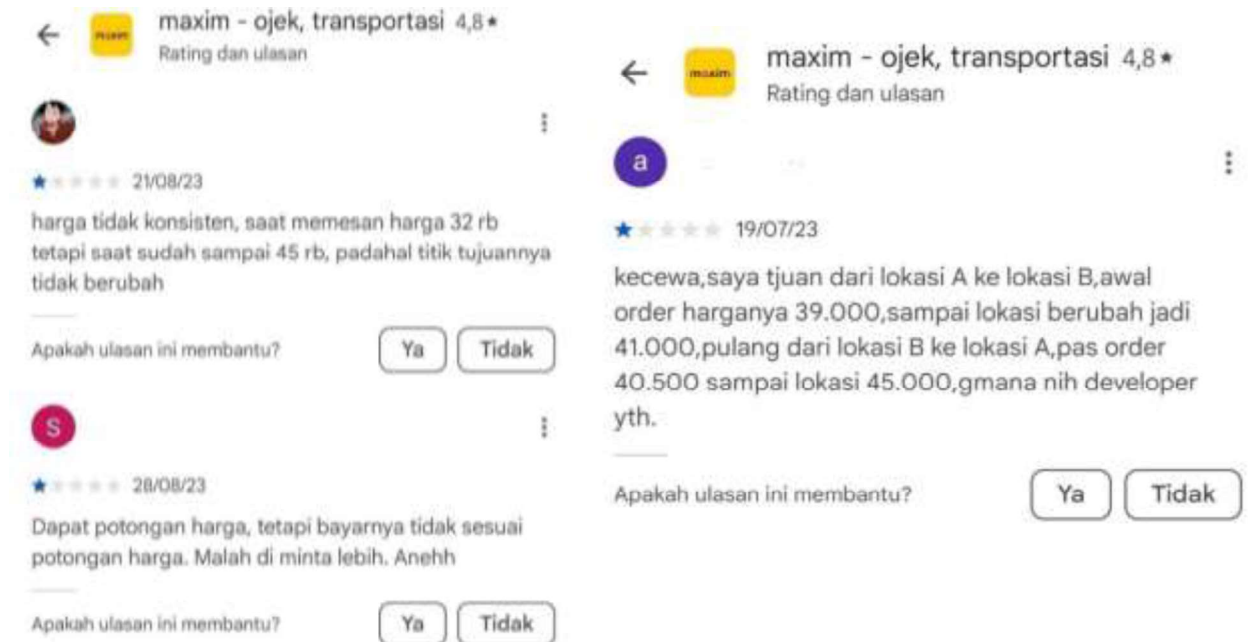
Selain kualitas pelayanan yang menjadi faktor kunci atau indikator, harga juga merupakan faktor penentu kepuasan konsumen. Menurut Tjiptono, (2014) harga merupakan unsur bauran pemasaran yang mendatangkan pendapatan bagi perusahaan serta berpengaruh pada besar atau kecilnya laba dari pangsa pasar yang didapatkan. Harga menjadi poin penting dalam kepuasan pelanggan karena harga merupakan jumlah uang yang diperlukan sebagai penukar berbagai kombinasi produk atau jasa. *Maxim* menawarkan tarif harga yang cenderung lebih murah. Berikut tabel perbandingnya tarif harga *Maxim*, Gojek, dan Grab per 3 Km pertama :

Tabel 3 Perbandingan tarif Maxim, Grab dan Gojek per 3 KM

No	Nama	Tarif
1	<i>Maxim</i>	Rp 8.900
2	Grab	Rp 11.000
3	Gojek	Rp 12.000

Sumber : data diolah,2023

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa tarif *Maxim* bike relatif lebih murah dibandingkan dengan pesaingnya Grab bike berkisar Rp 11.000 dan Gojek bike berkisar 12.000. Memang disini *Maxim* bike unggul dari pesaing, akan tetapi ada beberapa *review* negatif dari pelanggan yang dituliskan pada *platform playstore* pada gambar 2.



Gambar 4. Penilaian konsumen terhadap harga pada aplikasi jasa Maxim

Sumber : *Playstore, 2023*

Berdasarkan gambar 4 memperlihatkan bahwa tarif *Maxim* yang ditetapkan tidak sesuai dengan yang tertera pada aplikasi. Harga tidak konsisten dan ada juga yang dapat potongan harga tetapi tetap diminta lebih dari harga yang ditetapkan.

Kemudahan penggunaan juga salah satu faktor penting, dimana dalam penggunaan teknologi menggunakan internet dalam smartphone sebagai sarana dalam layanan transaksi layanan jasa online. Wen et al mengungkapkan bahwa kemudahan adalah keadaan dimana konsumen merasakan bahwa

melakukan kebutuhan dengan menggunakan teknologi meningkatkan kemudahan dalam menerima informasi kebutuhan produk dan jasa Tjahyadi, (2006). Dengan adanya kemudahan yang dirasakan oleh pelanggan akan membuat pelanggan merasa nyaman untuk menggunakan suatu produk atau jasa. Namun pada penelitian ini, peneliti melihat bahwasanya terdapat kesulitan yang dialami oleh pengguna jasa maxim yang dapat dilihat dari gambar 3 dibawah berikut:



Gambar 5.

Penilaian konsumen terhadap kemudahan penggunaan *Maxim*

Sumber : *playstore, 2023*

Berdasarkan gambar 5 dapat dilihat bahwa penggunaan aplikasi maxim mengalami beberapa kesulitan karena banyak sekali titik maps yang tidak ada di aplikasi atau tidak akurat.

Kemudahan penggunaan merupakan suatu ukuran dimana seseorang memiliki anggapan bahwa menggunakan teknologi tidak dibutuhkan banyak usaha, mudah digunakan serta mudah pengoperasiannya. Kemudahan dapat meningkatkan efisiensi suatu hal baik produk maupun jasa. Kemudahan dapat membuat pengguna menikmati penggunaan layanan jasa online yang nyaman Jogiyanto, (2007).

Menurut Tjiptono (2014) untuk memenangkan persaingan perusahaan harus memberikan kinerja terbaik kepada pelanggan dengan cara memberikan jasa yang berkualitas dengan harga terbaik. Menurut Lupiyoadi, (2013) terdapat lima faktor utama dalam menentukan kepuasan pelanggan oleh perusahaan, yaitu: kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, dan harga.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, maka penulis tertarik untuk membahas lebih lanjut dan akan dilakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Harga, Kualitas pelayanan dan Kemudahan Penggunaan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada jasa *Maxim* di Kota Padang".

B. Identifikasi masalah

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan diatas, maka dapat diambil identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Banyaknya kompetitor pada penyedia jasa transportasi *online* yang semakin ketat di kota Padang.
2. Adanya kualitas layanan yang dirasakan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan *Maxim* kurang memuaskan.
3. Ketentuan harga tarif yang tiba-tiba berubah dari harga awal saat pelanggan memesan jasa *Maxim*.
4. Adanya kekurangan kualitas pada aplikasi *Maxim* seperti map yang kurang akurat, sehingga pelanggan susah dalam menentukan lokasi penjemputan pelanggan.
5. Kurangnya kepercayaan pelanggan terhadap *driver Maxim* karena Banyaknya pelanggan yang menemukan *driver* yang menjemput berbeda dengan akun *Maxim driver* yang dipesan.
6. Adanya indikasi faktor lain dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan pada pengguna *maxim* kota padang yaitu kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa transportasi *Maxim*.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan diatas, maka peneliti membatasi masalah penelitian agar penelitian tidak meluas dan lebih

fokus pada permasalahan yang akan dibahas supaya tercapai hasil yang diharapkan. Batasan yang dimaksud yaitu peneliti memfokuskan permasalahan pada pengaruh harga, kualitas pelayanan dan kemudahan penggunaan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan dan kepercayaan sebagai variabel intervening pada jasa *Maxim* di kota Padang.

D. Rumusan Masalah

Bedasarkan batasan masalah diatas, maka masalah yang diteliti dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap loyalitas jasa *Maxim* di kota Padang?
2. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan jasa *Maxim* di kota Padang?
3. Bagaimana pengaruh kemudahan penggunaan terhadap loyalitas pelanggan jasa *Maxim* di kota Padang?
4. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan jasa *Maxim* di kota Padang?
5. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan jasa *Maxim* di kota Padang?
6. Bagaimana pengaruh kemudahan penggunaan terhadap kepuasan pelanggan jasa *Maxim* di kota Padang?

7. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan pelanggan jasa *Maxim* di kota Padang?
8. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan jasa *Maxim* di kota Padang?
9. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan jasa *Maxim* di kota padang?
10. Bagaimana pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening jasa *Maxim* di kota Padang?
11. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening jasa *Maxim* di Kota Padang?
12. Bagaimana pengaruh kemudahan penggunaan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening jasa *Maxim* di Kota Padang?
13. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepercayaan sebagai variabel intervening jasa *Maxim* di kota Padang?

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas jasa *Maxim* di kota Padang.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan jasa *Maxim* di kota Padang.
3. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan terhadap loyalitas pelanggan jasa *Maxim* di kota Padang.
4. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan jasa *Maxim* di kota Padang.
5. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan jasa *Maxim* di kota Padang.
6. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan terhadap kepuasan pelanggan jasa *Maxim* di kota Padang.
7. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan pelanggan jasa *Maxim* di kota Padang.
8. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan jasa *Maxim* di kota Padang.
9. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan jasa *Maxim* di kota Padang.
10. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening jasa *Maxim* di kota Padang.

11. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening jasa *Maxim* di Kota Padang.
12. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening jasa *Maxim* di Kota Padang.
13. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepercayaan sebagai variabel intervening jasa *Maxim* di kota Padang.

F. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, penulis berharap akan diperolehnya manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis

- a. penelitian ini bermanfaat untuk bahan referensi penelitian khususnya manajemen pemasaran terutama terkait dengan pengaruh harga, kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

- b. Bagi penulis

Hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan dalam menerapkan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh selama perkuliahan dengan kondisi yang terjadi di lapangan serta untuk

menambah pengalaman dalam melakukan penelitian terkait dengan judul yang diangkat.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi pelaku bisnis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan masukan dalam mengetahui aspek mana yang berperan di bisnis transportasi online.

b. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana pengembangan penelitian-penelitian lebih lanjut dan dapat dijadikan sebagai perbandingan penelitian yang sejenis.

c. Bagi almamater

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan referensi bacaan bagi semua pihak yang membutuhkan.