

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TRANSPORTASI
ONLINE MAXIM DI KOTA PADANG DENGAN
METODE SERVQUAL DAN MODEL KANO**



Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana

Ekonomi S1 (Strata Satu) Pada Program Studi Manajemen

SKRIPSI

Oleh:

FAWWAS AKBAR
17059012

**DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
PADANG
2024**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TRANSPORTASI ONLINE MAXIM
DI KOTA PADANG DENGAN
METODE SERVQUAL DAN MODEL KANO**

NAMA : FAWWAS AKBAR
NIM/ TM : 17059012 / 2017
DEPARTEMEN : MANAJEMEN
KEAHLIAN : MANAJEMEN OPERASIONAL
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS

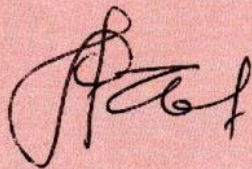
Padang, September 2024

Disetujui Oleh:

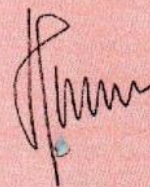
Mengetahui,

Kepala Departemen Manajemen

Pembimbing



Dr. Syahrizal, SE, M.Si
NIP. 197209021998021001



Firman, SE, M.Sc
NIP.198002062003121004

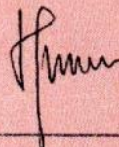
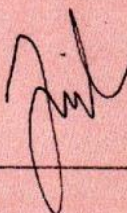
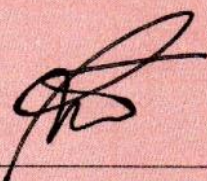
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TRANSPORTASI ONLINE MAXIM
DI KOTA PADANG DENGAN
METODE SERVQUAL DAN MODEL KANO**

NAMA : FAWWAS AKBAR
NIM/ TM : 17059012 / 2017
DEPARTEMEN : MANAJEMEN
KEAHLIAN : MANAJEMEN OPERASIONAL
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS

Dinyatakan Lulus Setelah Diuji Di Depan Tim Penguji Skripsi
Departemen Manajemen (S1)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Negeri Padang

Padang, September 2024

Nama	Tim Penguji	Tanda Tangan
Firman, SE, M.Sc	(Pembimbing)	 _____
Ilham Thaib, S.E., M.M	(Penguji 1)	 _____
Ridho Ryswaldi, S.T., M.M	(Penguji 2)	 _____

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fawwas Akbar
NIM/ TM : 17059012 / 2017
Tempat/ Tgl Lahir : Langsa / 1 Januari 2000
Program Studi : Manajemen S1
Keahlian : Operasional
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Alamat : Jl. Barona Dusun Bata, Alue beurawe, Langsa
Judul Skripsi : Analisis Kualitas Pelayanan Transportasi Online Maxim di Kota Padang Dengan Metode SERVQUAL dan Model KANO

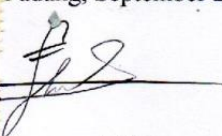
Dengan ini menyatakan bahwa :

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 terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau di publikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan mencantumkan dalam daftar pustaka.
4. Karya tulis ini **Sah** apabila telah ditandatangani **Asli** oleh tim Pembimbing, tim Penguji dan Program Studi.

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 berlaku pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.



Padang, September 2024


Fawwas Akbar
NIM.17059012

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis kualitas pelayanan transportasi online Maxim di Kota Padang dengan menggunakan metode SERVQUAL dan model Kano. Penelitian ini dilakukan kepada 100 orang driver Maxim yang aktif di Kota Padang. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah menggunakan purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan survei yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner penelitian. Teknik analisis data yang digunakan metode SERVQUAL dan analisis Kano. Sesuai dengan analisis hasil pengolahan data yang telah dilakukan ditemukan Secara keseluruhan, kualitas pelayanan yang dirasakan pelanggan dalam menggunakan Maxim masih belum memenuhi harapan, karena masih terjadi kesenjangan antara persepsi dengan harapan pelanggan. Baik yang dilakukan dengan analisis SERVQUAL maupun dengan menggunakan model Kano. Dua pendekatan yang digunakan memberikan hasil yang konsisten. Tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan secara keseluruhan masih belum optimal, hal tersebut disebabkan karena masih terdapat atribut yang belum memenuhi kepuasan pelanggan. Terdapat sepuluh atribut yang sudah memenuhi kepuasan pelanggan dan sembilan atribut belum memenuhi kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Service Quality, Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance & Emphaty.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya persembahkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul Analisis Kualitas Pelayanan Transportasi Online Maxim di Kota Padang Dengan Metode SERVQUAL dan Model KANO. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Firman, SE, M.Sc, selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
2. Kedua orang tua saya yang telah memberikan dukungan semangat dan doa yang tak henti-hentinya. Semoga selalu diberikan kesehatan.
3. Om dan tante saya yang berada di Padang, yang telah banyak membantu saya semasa perkuliahan.
4. Keluarga yang tak bisa disebutkan satu persatu yang telah memberikan semangat.
5. Para sahabat yang tak bisa disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Padang, September 2024

Fawwas Akbar

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR.....	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Pembatasan Masalah.....	7
D. Perumusan Masalah	7
E. Tujuan Penelitian.....	7
F. Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
A. Kajian Teori.....	9
1. Kualitas Pelayanan.....	9
2. Kepuasan Pelanggan	12
3. Pendekatan Untuk Mengetahui Kualitas Pelayanan	13
B. Penelitian yang Relevan.....	20
C. Kerangka Konseptual.....	24
BAB III METODE PENELITIAN	26
A. Jenis Penelitian	26
B. Populasi dan Sampel.....	26
1. Populasi	26
2. Sampel	26
C. Jenis dan Sumber Data.....	27
D. Metode Pengumpulan Data	27
E. Definisi Operasional dan Variabel Penelitian	28
1. Kualitas Pelayanan.....	28

F. Skala Pengukuran	28
G. Kisi-Kisi Instrumen	29
H. Uji Instrumen.....	30
1. Uji Validitas.....	30
2. Uji Reliabilitas	31
I. Teknik Analisis Data	32
1. Metode SERVQUAL	32
2. Analisis Model Kano.....	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	35
A. Deskripsi Data	35
1. Demografis Responden	35
2. Pengujian Instrumen.....	37
3. Analisis <i>SERVQUAL</i>	43
4. Analisis Kategori KANO	49
5. Kombinasi Analisis <i>SERVQUAL</i> dan KANO.....	52
B. Pembahasan.....	56
1. Kualitas Pelayanan yang di Rasakan Pelanggan Maxim di Kota Padang	56
2. Kepuasan yang di Rasakan Pelanggan Maxim di Kota Padang	58
BAB V PENUTUP	62
A. Kesimpulan	62
B. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA.....	65
DAFTAR LAMPIRAN	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Lima Kesenjangan (GAP) <i>Servqual</i>	14
Gambar 2. Model Kano	19
Gambar 3. Kerangka Konseptual	24

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Perkembangan Market Share Jasa Transportasi Online di Indonesia	2
Tabel 2. Skala Pengukuran Variabel	29
Tabel 3. Kisi-Kisi Instrumen Variabel Penelitian	29
Tabel 4. Tabel Evaluasi Model KANO	33
Tabel 5. Prosedur Pengambilan Sampel	35
Tabel 6. Demografis Responden	36
Tabel 7. Hasil Pengujian Validitas Harapan	38
Tabel 8. Hasil Pengujian Validitas Kinerja	39
Tabel 9. Hasil Pengujian Validitas Variabel Fungsional	40
Tabel 10. Hasil Pengujian Validitas Variabel Disfungsional	41
Tabel 11. Hasil Pengujian Reliabilitas	42
Tabel 12. Analisis Tingkat Harapan Pelanggan Menggunakan Layanan Maxim .	43
Tabel 13. Analisis Tingkat Persepsi Pelanggan Menggunakan Layanan Maxim .	44
Tabel 14. Analisis GAP Pelanggan Dalam Menggunakan Layanan Maxim	45
Tabel 15. Hasil Jumlah Kategori Kano	48
Tabel 16. Pengkategorian Model Kano	49
Tabel 17. Kombinasi Servqual dengan Kategori KANO	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner	67
Lampiran 2. Rekapitulasi Nilai Harapan Responden	71
Lampiran 3. Rekapitulasi Nilai Persepsi Responden	73
Lampiran 4. Rekapitulasi Nilai Functional	75
Lampiran 5. Rekapitulasi Nilai Disfunctional	77
Lampiran 6. Tabel r Product Moment	79
Lampiran 7. Demografi Responden	80
Lampiran 8. Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas Variabel Harapan	81
Lampiran 9. Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas Variabel Kinerja	82
Lampiran 10. Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas Variabel Fungsional	83
Lampiran 11. Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas Variabel Disfungsional.....	84

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sarana transportasi menjadi salah satu komoditas yang tidak bisa di pisahkan pada masyarakat modern. Sarana transportasi menjadi alat untuk mempermudah mereka untuk melakukan aktivitas harian. Namun tidak semua orang memiliki sarana transportasi, keterbatasan tersebut mendorong munculnya jasa transportasi yang dapat digunakan oleh umum. Terjadi perkembangan inovasi manusia dalam penyediaan jasa transportasi pada saat ini mendorong munculnya layanan transportasi online yang dapat diakses dan digunakan oleh masyarakat di Indonesia pada umumnya dan Kota Padang pada khususnya. Layanan transportasi online sangat mudah digunakan serta memiliki kenyamanan yang lebih tinggi dibandingkan transportasi konvensional.

Seiring dengan perkembangannya jasa transportasi online telah menjadi salah satu komoditas unggulan bagi sejumlah pebisnis di Indonesia, sehingga mendorong banyaknya merek jasa layanan transportasi online yang bermunculan di tanah air, Layanan transportasi online ditandai dengan adanya aplikasi yang menghubungkan antara calon pelanggan dengan penyedia layanan. Beberapa merek layanan transportasi online di Indonesia diantaranya Gojek, Grab, InDrive, Anterin, hingga Maksim, setidaknya terdapat 15 layanan transportasi online di Indonesia, namun yang berskala nasional hanya beberapa layanan saja.

Salah satu layanan transportasi online yang memiliki wilayah operasional di seluruh Indonesia adalah Maxim. Layanan Maxim dikenal sebagai layanan

yang lebih ekonomis dibandingkan dengan layanan transportasi online lainnya. Namun dalam survei yang dilakukan Top Brand Indonesia Maxim bukanlah market leader, hal tersebut terlihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Perkembangan Market Share Jasa Transportasi Online di Indonesia Tahun 2020 – Semester 1 Tahun 2024

Penyedia Layanan	Market Share (Dalam Persentase)				
	2020	2021	2022	2023	2024
Gojek	47.30	53.00	54.70	55.00	62.00
Grab	43.50	39.70	36.70	35.30	31.60
Maxim	3.24	4.75	5.32	3.78	2.80
Lainnya	5.96	2.55	3.28	5.92	3.60

Sumber: <https://www.topbrand-award.com/>

Pada tabel diatas terlihat Gojek dan Grab menjadi market leader komoditas layanan jasa transportasi online di Indonesia, sedangkan Maxim memiliki market share jauh di bawah Gojek dan Grab, selain itu market share yang dimiliki oleh Maxim cenderung menurun. Kondisi tersebut tentu meningkatkan risiko bagi Maxim untuk kehilangan eksistensi di masa mendatang, fakta yang terjadi di lapangan menjadi hal yang menarik yang memotivasi peneliti untuk mencoba mengamati kenapa terjadinya penurunan pangsa pasar Maxim di Indonesia pada umumnya dan Kota Padang pada khususnya.

Padang dikenal sebagai kota pendidikan, sehingga dipastikan kota tersebut menjadi target pasar yang menguntungkan bagi perkembangan layanan jasa transportasi online. Maxim merupakan salah satu jasa layanan transportasi online yang dapat digunakan oleh masyarakat Kota Padang. Layanan transportasi tersebut di nilai sangat ekonomis, karena memiliki tarif layanan yang lebih murah dibandingkan transportasi online lainnya. Namun dalam menggunakan layanan jasa transportasi online tentu tarif layanan bukanlah salah satu alasan bagi mereka

untuk menggunakan layanan tersebut. Menurut Pujarti et al., (2019) dalam menggunakan layanan transportasi online kualitas pelayanan adalah hal yang paling dicari oleh pengguna layanan. Pelanggan akan selalu bersedia membayarkan tarif yang ditetapkan asalkan tarif yang dibayarkan sejalan dengan kualitas pelayanan yang diterima (Tsalisa et al., 2022).

Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang dirasakan masyarakat yang telah menggunakan jasa transportasi online di Kota Padang, maka dilakukan pra survei. Sampel yang digunakan sebanyak 30 orang yang dipilih secara acak. Berdasarkan survei awal yang telah dilakukan diperoleh uraian hasil ditemukan masih terdapat sejumlah keluhan yang dirasakan pelanggan dalam menggunakan jasa transportasi online Maxim, keluhan tersebut berkaitan dengan kerapian seragam *Driver* Maxim yang bertugas dimana 73.33% responden menolak pernyataan tersebut, hal lain yang menjadi keluhan yang dirasakan pelanggan dalam menggunakan layanan Maxim berkaitan dengan tidak harus menunggu lama untuk mendapatkan layanan transportasi, sebanyak 46.67% responden menyatakan mereka menunggu lebih lama untuk mendapatkan layanan Maxim, selain itu 70% responden meragukan keamanan dalam menggunakan layanan transportasi online Maxim. Dari hasil pra survei tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan Maxim kepada pelanggan belum optimal, sehingga belum mampu memenuhi harapan mereka. Ketika fenomena diatas dibiarkan dan tidak dilanjutkan, peneliti menduga bahwa Maxim akan kalah bersaing dengan jasa transportasi online lainnya, sehingga penting bagi peneliti untuk mencoba meneliti sejauh mana kualitas pelayanan yang diberikan oleh jasa

transportasi Maxim di Kota Padang untuk mendorong terwujudnya kepuasan pelanggan pengguna layanan.

Menurut Kotler & Keller (2016) analisis kualitas pelayanan menjadi hal yang penting bagi setiap perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Salah satu alat analisis yang digunakan adalah SERVQUAL. Menurut Parasuraman et al., (1994) SERVQUAL merupakan analisis yang didasarkan pada tingkat kepentingan (*importance*) dan kinerja (*performance*). Analisis dilakukan dengan membandingkan rata rata tingkat kepentingan dengan kinerja. Ketika terjadi kesesuaian antara tingkat kepentingan dengan kinerja yang dirasakan pelanggan maka kepuasan akan terbentuk. Selain itu dalam tingkat lanjut SERVQUAL akan menghasilkan empat kuadran penentuan strategi pengembangan kualitas pelayanan bagi sebuah perusahaan jasa dimasa mendatang (Tarhini et al., 2019).

Seiring dengan perkembangan riset di bidang pemasaran, konsep SERVQUAL sebagai alat evaluasi kualitas pelayanan sebuah perusahaan jasa tentu sudah dianggap ketinggalan, sehingga memotivasi sejumlah ahli di bidang pemasaran untuk menciptakan pendekatan baru (Basfirinci & Mitra, 2015). Salah satu model analisis kualitas pelayanan yang juga dapat digunakan pada perusahaan jasa adalah model KANO. Menurut Caesaron et al., (2021) metode KANO dikembangkan oleh Noriaki Kano, dalam pendekatan tersebut dilakukan pengelompokan atribut layanan yang berlandaskan dimensi pengukurannya. Sejalan dengan analisis yang dilakukan akan diketahui dimensi pelayanan mana yang terbaik dalam pelaksanaannya dan dimensi mana yang paling lemah pelaksanaannya.

Menurut Zhang et al., (2024) kombinasi antara metode SERVQUAL dan KANO dalam mengevaluasi kualitas pelayanan jasa sebuah bisnis akan memberikan hasil yang lebih baik dan akurat. Hal tersebut disebabkan melalui SERVQUAL akan ditemukan lima dimensi kualitas pelayanan, untuk kemudian dicari kesesuaian antara tingkat kepentingan dengan kinerja, ketika hal tersebut telah dilakukan, implementasi metode KANO dapat digunakan, terutama dalam menentukan proporsi sebaran seberapa penting kelemahan kualitas pelayanan harus diperbaiki, dan upaya untuk mempertahankan sejumlah uraian kinerja yang telah dianggap baik.

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Beheshtinia et al., (2018) mengungkapkan kombinasi antara SERVQUAL dan KANO akan memberikan hasil yang lebih baik untuk mengevaluasi kualitas pelayanan sebuah perusahaan. Masing masing pendekatan sering melengkapi, sehingga mampu memberikan hasil analisis yang lebih akurat. Selanjutnya Quoquab et al., (2017) evaluasi kualitas pelayanan menjadi lebih akurat ketika dilakukan kombinasi antara SERVQUAL dan KANO. Masing-masing pendekatan akan saling melengkapi, sehingga akan memberikan sebuah strategi atau kebijakan yang tepat untuk peningkatan kualitas pelayanan sebuah perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas peneliti menilai kualitas pelayanan menjadi hal yang sangat penting yang harus dibenahi oleh pengelola layanan jasa transportasi online Maxim, mengingat sesuai dengan hasil survei yang telah dilakukan masih terdapat isu negatif, beberapa hal yang tidak optimal dalam implementasi kualitas pelayanan pada jasa transportasi tersebut. Pertimbangan tersebut mendorong

peneliti untuk mencoba melakukan analisis kualitas pelayanan pada jasa transportasi online Maxim melalui dua pendekatan yaitu SERVQUAL dan KANO. Penelitian tersebut bersifat empiris dan berjudul: Analisis Kualitas Pelayanan Transportasi Online Maxim di Kota Padang dengan Metode SERVQUAL dan Model KANO Pada Pelanggan Jasa Transportasi Online Maxim di Kota Padang.

B. Identifikasi Masalah

Sesuai dengan uraian fenomena diatas maka diajukan beberapa identifikasi masalah yaitu sebagai berikut:

1. Perkembangan bisnis transportasi online di Indonesia terus meningkat yang ditandai setidaknya terdapat 15 merek transportasi online di Indonesia.
2. Terdapat beberapa jasa transportasi online yang menasional, diantaranya Gojek, Grab dan Maxim, dimana salah satu wilayah kerja dari jasa transportasi online tersebut adalah Kota Padang.
3. Maxim dikenal sebagai sarana transportasi online dengan tarif *flat* atau murah di Indonesia.
4. Maxim memiliki posisi *market share* terendah dalam survei top brand Indonesia, *market share* Maxim berada jauh dibawah Gojek dan Grab di Indonesia.
5. Hasil pra survei menunjukkan masih terdapatnya sejumlah aspek yang harus dibenahi oleh Maxim ketika memberikan pelayanan kepada pelanggan, aspek yang dimaksud berkaitan dengan penggunaan baju seragam lengkap

menggunakan atribut Maxim, sehingga meningkatkan kepercayaan pelanggan dalam menggunakan layanan Maxim.

C. Pembatasan Masalah

Agar ruang lingkup pembahasan dalam penelitian ini menjadi lebih terarah maka perlu dilakukan pembatasan masalah yaitu:

1. Pada penelitian variabel yang dibahas hanyalah berkaitan dengan kualitas pelayanan dengan menggunakan dua metode yaitu SERVQUAL dan KANO.
2. Pada penelitian ini yang menjadi objek pelanggan jasa transportasi online Maxim di Kota Padang.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan kepada identifikasi masalah diatas, maka diajukan beberapa perumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimanakah kualitas pelayanan yang dirasakan pelanggan Maxim di Kota Padang ?
2. Bagaimanakah tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan Maxim di Kota Padang ?

E. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan uraian perumusan masalah diatas maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Menganalisis kualitas pelayanan yang dirasakan pelanggan Maxim di Kota Padang.

2. Menganalisis tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan Maxim di Kota Padang.

F. Manfaat Penelitian

Sejalan dengan uraian perumusan masalah dan tujuan penelitian, diharapkan hasil yang diperoleh dalam riset ini dapat memberikan manfaat positif bagi:

1. Bagi Praktisi

Hasil analisis yang diperoleh dalam penelitian ini dapat menjadi acuan dan referensi bagi pengelola layanan transportasi online Maxim di Kota Padang untuk menciptakan cara atau strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga semakin memperkuat kepercayaan pelanggan di Kota Padang untuk menggunakan layanan transportasi online Maxim.

2. Bagi Akademisi

Hasil analisis yang diperoleh dalam penelitian ini dapat menjadi pedoman atau inspirasi bagi peneliti selanjutnya yang juga tertarik untuk membahas permasalahan kualitas pelayanan pada transportasi online di Kota Padang, khususnya dengan menggunakan metode SERVQUAL dan model KANO.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dijelaskan diatas maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara keseluruhan, kualitas pelayanan yang dirasakan pelanggan dalam menggunakan Maxim masih belum memenuhi harapan, karena masih terjadi kesenjangan antara persepsi dengan harapan pelanggan bernilai -0,02. Atribut yang memiliki nilai GAP negatif terbesar adalah *driver* bersedia meminjamkan jaket atau jas hujan pada saat konsumen membutuhkan dengan nilai -0,55. Atribut dengan nilai GAP negatif tertinggi kedua adalah *driver* menunjukkan kesungguhan dalam melayani keluhan pelanggan dengan nilai -0,45 dan atribut negatif tertinggi ketiga adalah *driver* cepat dalam merespon keinginan pelanggan dengan nilai 0,27.
2. Kepuasan yang dirasakan pelanggan secara keseluruhan masih belum optimal, hal tersebut disebabkan karena masih terdapat atribut yang belum memenuhi kepuasan pelanggan. Terdapat sepuluh atribut yang sudah memenuhi kepuasan pelanggan dan sembilan atribut belum memenuhi kepuasan pelanggan.
3. Atribut yang sudah memenuhi kepuasan pelanggan diputuskan harus dipertahankan. Empat atribut masuk dalam kategori M (*must be*) yaitu atribut berkendara lengkap, setiap menggunakan layanan *driver* berperilaku ramah, *driver* memberikan jaminan keamanan dan keselamatan kepada pelanggan dan

driver menjaga kerahasiaan nomor ponsel pelanggan. Satu atribut masuk dalam kategori O (one dimensional) yaitu Kendaraan layak digunakan. Empat atribut masuk dalam kategori A (attractive), yaitu penampilan *driver* bersih dan rapi, atribut berkendara seperti Helm dan Jaket bersih, *driver* mau mengerti kebutuhan pelanggan dan *driver* mengemudikan kendaraan dengan baik.

4. Atribut yang belum memenuhi kepuasan pelanggan harus ditingkatkan untuk memenuhi harapan dari pelanggan sesuai dengan prioritas. Dua atribut masuk dalam kategori must be, yaitu *driver* bersifat sopan terhadap konsumen pada saat pelanggan menggunakan layanan dan *driver* selalu mematuhi peraturan lalu lintas. Empat atribut masuk dalam kategori A (attractive), yaitu atribut *driver* mampu menjaga hubungan baik dengan pelanggan, *driver* menunjukkan kesungguhan dalam melayani keluhan pelanggan, *driver* mengutamakan kenyamanan konsumen pada saat mengantarkan pelanggan ke tempat tujuan dan *driver* menguasai jalan dan daerah yang akan dituju oleh pelanggan.
5. Satu atribut masuk kedalam kategori I (*indifferent*) yang memenuhi kepuasan pelanggan, yaitu atribut Atribut kendaraan lengkap. Tiga atribut masuk dalam kategori I (*indifferent*) yang tidak memenuhi kepuasan pelanggan, atribut tersebut adalah *driver* bersedia meminjamkan jaket atau jas hujan pada saat konsumen membutuhkan, *driver* cepat dalam merespon keinginan pelanggan dan *driver* mengantarkan ke lokasi yang dituju dengan efisien. Atribut-atribut yang masuk dalam kategori ini cukup dipertahankan saja, karena tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna layanan Maxim.

B. Saran

Sejalan dengan kesimpulan yang telah diajukan diatas maka dapat diajukan beberapa saran yang dapat memberikan manfaat bagi:

1. Bagi pengelola Maksim diharapkan terus memperbaiki kualitas pelayanan yang mereka berikan kepada pelanggan khususnya layanan masih belum memenuhi kepuasan pelanggan sesuai dengan tingkat prioritas perbaikan.
2. Kategori must be pada atribut yang belum memenuhi kepuasan disarankan menjadi prioritas utama dalam perbaikan dikarenakan kategori ini dipandang sebagai syarat mutlak bagi pelanggan, karena pelanggan menganggap kategori ini sudah semestinya ada sehingga jika kategori ini tidak ada maka tidak memuaskan mereka.
3. Bagi peneliti dimasa mendatang diharapkan mencoba menggunakan analisis kualitas pelayanan yang lain seperti mengkombinasikan antara SERVQUAL dan KANO dengan IPA atau HOQ, Saran tersebut dimaksudkan untuk meningkatkan kualitas hasil penelitian yang diperoleh dimasa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Albari, A. K. (2019). Impact of Service Quality, Product Quality and Price on Customer Satisfaction and loyalty. *AJEFB - Asian Journal of Entrepreneurship and Family Business*, 3(4), 49–64. <http://118.97.187.12/pustaka/files/17726/jurnal/the-impact-of-service-quality-product-quality-and-price-on-customer-satisfaction.pdf>
- Alvarez-Risco, A., Quipuzco-Chicata, L., & Escudero-Cipriani, C. (2022). Determinants of Online Repurchase Intention in Covid-19 Times: Evidence From an Emerging Economy | Determinantes de la intención de recompra en línea en tiempos de COVID-19: evidencia de una economía emergente. *Lecturas de Economía*, 96, 101–143.
- Balinado, J. R., Prasetyo, Y. T., Young, M. N., Persada, S. F., Miraja, B. A., & Perwira Redi, A. A. N. (2021). The effect of service quality on customer satisfaction in an automotive after-sales service. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(2), 116. <https://doi.org/10.3390/joitmc7020116>
- Basfirinci, C., & Mitra, A. (2015). A cross cultural investigation of airlines service quality through integration of Servqual and the Kano model. *Journal of Air Transport Management*, 42, 239–248. <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2014.11.005>
- Beheshtinia, M., Mardani, A., & Kord, M. (2018). Improving the quality of hospital services using the QFD approach and integration with kano analysis under budget constraint. *International Journal of Hospital Research*, 7(3), 49–61. <https://doi.org/10.15171/ijhr.2018.xx>
- Caesaron, D., Makapedua, J., & Lukodono, R. P. (2021). Evaluation of Online-Based Ride-Hailing Services Using Service Quality (Servqual) Method, Refined Kano Model, Importance Performance Analysis (IPA), and Quality Function Deployment (QFD): A Case Study of Grab Bike Indonesia. *ComTech: Computer, Mathematics and Engineering Applications*, 12(2), 75–88. <https://doi.org/10.21512/comtech.v12i2.6790>
- Fathimah, Nadia. 2017. “Analisis Kualitas Pelayanan pada Roemi Ice Cream Dengan Metode Service Quality (Servqual) dan Kano”. Skripsi. Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Hair, Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., Black, W. C., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis*. <https://doi.org/10.1002/9781119409137.ch4>
- Han, S. H., Nguyen, B., & Lee, T. J. (2015). Consumer-based chain restaurant brand equity, brand reputation, and brand trust. *International Journal of Hospitality Management*, 50, 84–93. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2015.06.010>

- Hastuti, H. E., 2020, Analisis Kualitas Pelayanan Situs Belanja Online dengan Pendekatan Model Kano berdasarkan Dimensi E-Servqual pada Bukalapak, Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB, Vol.9, No.2
- Howat, G., & Assaker, G. (2013). The hierarchical effects of perceived quality on perceived value, satisfaction, and loyalty: Empirical results from public, outdoor aquatic centres in Australia. *Sport Management Review*, 16(3), 268–284. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2012.10.001>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. In *Global Edition* (Vol. 15E, Issue 4). <https://doi.org/10.1080/08911760903022556>
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Victor Goodman, M. R., & Hansen, T. (2019). Marketing management 4th European edition. In *Soldering & Surface Mount Technology* (Vol. 13, Issue 3).
- Mauidzoh, U., & Rengganis, E. S. (2020). Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Integrasi Servqual Dan Model Kano Untuk Meningkatkan Mutu Pelayanan Transportasi Online. Jurnal Rekayasa Industri (JRI), (Vol. 2 No. 1). <https://doi.org/10.37631/jri.v2i1.125>
- Man, C. K., Ahmad, R., Kiong, T. P., & Rashid, T. A. (2019). Evaluation of service quality dimensions towards customer's satisfaction of ride-hailing services in Kuala Lumpur, Malaysia. *International Journal of Recent Technology and Engineering*, 7(5), 102–109.
- Najib, M. F. (2012). Integrasi Model Servqual dan Model Kano dalam Menganalisis Atribut Kualitas Layanan Perusahaan Penyedia Jasa Layanan Logistik. Industrial Research Workshop and National Seminar. Vol.3, No.4. <https://doi.org/10.35313/irwns.v3i0.271>
- Mustakim, A., Anggraeni, S. K., & Sirajuddin. (2016). Analisis Kualitas Layanan dengan Metode KANO Berdasarkan Dimensi SERVQUAL pada PT. AKR. Jurnal Teknik Industri Untirta, 4(2), 1–6.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1994). Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implications for Further Research. *Journal of Marketing*, 58(1), 111. <https://doi.org/10.2307/1252255>
- Pudjarti, S., Nurchayati, N., & Dwi Putranti, H. R. (2019). Penguatan Kepuasan Model Hubungan E-Service Quality Dan E-Loyalty Pada Konsumen Go-Jek Dan Grab. *Sosiohumaniora*, 21(3), 237–246. <https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v21i3.21491>
- Quoquab, F., Pahlevan, S., Mohammad, J., & Thurasamy, R. (2017). Factors affecting consumers' intention to purchase counterfeit product: Empirical study in the Malaysian market. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 29(4), 837–853. <https://doi.org/10.1108/APJML-09-2016-0169>
- Sekaran & Bougie, (2016). *Research Methods For Business : A Skill-Building Approach Uma Sekaran and, Roger Bougie*

- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D. *Bandung: Alfabeta*.
- Tarhini, A., Alalwan, A. A., Shammout, A. B., & Al-Badi, A. (2019). An analysis of the factors affecting mobile commerce adoption in developing countries: Towards an integrated model. *Review of International Business and Strategy*, 29(3), 157–179. <https://doi.org/10.1108/RIBS-10-2018-0092>
- Tjiptono. (2007). *Strategi Pemasaran, edisi kedua*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- 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. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.35970>
- Wiratama, G. M. A., Suhendra, A.A., & Amani, H. (2022). Perancangan Perbaikan Kualitas Layanan Pada Bali Purnama 99 Travel Berdasarkan Analisis Kebutuhan Pelanggan Menggunakan Integrasi Service Quality Dan Model Kano. *e-Proceeding of Engineering : Vol.9, No.3*.
- Wirtz, J., & Lovelock, C. (2021). Services Marketing. In *Services Marketing* (Issue November 2021). <https://doi.org/10.1142/y0024>
- Zhang, Y., Yuan, Y., & Su, J. (2024). Systematic investigation of the logistics service quality of cross-border e-commerce: a mixed-methods perspective. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 36(3), 549–564. <https://doi.org/10.1108/APJML-03-2023-0203>
- Zinah, S., Hamzah, M. L., Rozanda, N. E., & Salisah, F. N. (2023). Analisis Kualitas Layanan E-Commerce Shopee Menggunakan Metode E-Servqual Dan Kano. *Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informas*, 10(2), 316–328. <https://jurnal.mdp.ac.id/index.php/jatisi/article/view/4544>