

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA APLIKASI OJEK
ONLINE MAXIM DI KOTA PALEMBANG**



SKRIPSI

Nama : Citra Purnama Sari

NIM 212021134

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2025

SKRIPSI
PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA APLIKASI OJEK
***ONLINE MAXIM* DI KOTA PALEMBANG**

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



Nama : Citra Purnama Sari
NIM 212021134

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2025

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Citra Purnama Sari
NIM : 212021134
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap Kepuasan
Konsumen Pengguna Aplikasi Ojek *Online* Maxim Di
Kota Palembang

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata 1 baik Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasi orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi lain.

Palembang, Mei 2025


Citra Purnama Sari

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Penelitian : **Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap Kepuasan
Konsumen Pengguna Aplikasi Ojek *Online* Maxim Di
Kota Palembang**

Nama : **Citra purnama sari**

Nim : **212021134**

Program studi : **Manajemen**

Konsentrasi : **Pemasaran**

Diterima dan disahkan

Pada tanggal, Mei 2025

Pembimbing I

Pembimbing II



Mardiana Puspasari, S.E., M.Si

NIDN:0226107001



Nadia Afrilliana, S.E., M.Si.

NIDN:0219048501

Mengetahui

Dekan

U.b. Ketua program studi manajemen



Dr. Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si. CHRO

NIDN:0229057501

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Tidak ada ujian yang tidak bisa diselesaikan.

Tidak ada kesulitan yang melebihi batas kesanggupan.

Karena Allah tidak akan membebani seseorang melainkan
sesuai dengan kesanggupannya”.

(QS. Al-Baqarah: 286)

“Tidak ada mimpi yang terlalu tinggi dan tidak ada mimpi yang patut diremehkan.
Lambungkan setinggi yang kau inginkan dan gapailah dengan selayaknya yang
kau harapkan”.

(Maudy Ayunda)

Persembahan:

Dengan mengucapkan rasa syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT, Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. kedua orang tuaku yang sangat saya sayangi Bapak Sunarto dan Ibu Sih Utami, untuk ketiga adikku Anisa Uswatun Hasanah, M. Herdi Susanto dan M. Ziddan Alfarizie, serta keluarga besarku yang telah memberikan doa, dukungan, kasih sayang, dan cinta yang tiada habisnya kepada penulis dalam proses keberhasilan penulis selama ini
2. Dosen pembimbing Ibu Mardiana Puspasari, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing I dan Ibu Nadia Afrilliana, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing II. Terimakasih atas bimbingannya, kritik dan saran, dan selalu meluangkan waktu disela kesibukan dalam penyelesaian skripsi ini
3. Sahabat dan teman-teman pejuang skripsi yang selalu memberikan doa, semangat, keceriaan, dan dukungan
4. Almamater kebanggaanku

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wa barokatuh

Alhamdulillah Robbil „Alamin, Puji dan syukur atas kehadiat Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Aplikasi Ojek *Online* Maxim Di Kota Palembang”** dengan baik dan tepat pada waktunya. Skripsi ini akan menjadi salah satu syarat utama untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang. Sholawat serta salam penulis sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW beserta para keluarga, sahabat dan pengikut beliau hingga akhir zaman. Skripsi ini tentu tidak akan selesai tanpa dorongan dan dukungan dari banyak pihak, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua ku yang telah mendidik, membiayai, mendoakan dan selalu memberikan dorongan semangat kepada penulis.

Selain itu ucapan terimakasih juga penulis sampaikan kepada pihak-pihak yang mengizinkan, membantu penulis dalam menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang. Maka dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Abid Djazuli, S.E.,M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Dr. Yudha Mahrom Darmasaputra, S.E.,M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Dr. Zaleha Trihandayani, S.E.,M.Si selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang dan Bapak Dr. Mister Candra, S.Pd., M.Si selaku Sekretaris Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Pembimbing Skripsi Ibu Mardiana Puspasari, S.E.,M.Si dan Ibu Nadia Afrilliana, S.E.,M.Si.
5. Bapak Edy Liswani, S.E.,M.Si selaku dosen Pembimbing Akademik.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang tulus memberikan ilmu dan pengajaran yang bermanfaat serta memberikan banyak nasehat kepada penulis selama belajar di Universitas Muhammdiyah Palembang, serta seluruh staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan kelancaran administrasi.
7. Responden yang telah berpartisipasi memberikan jawaban dalam proses pembuatan skripsi.
8. Semua keluarga besarku yang selalu memberikan dukungan dan semangat.
9. Sahabat dekat yang kusayangi, Adelia Dwi sugiarti, Dewi Eva Nadea dan Dewi Kartika Sari yang turut memberikan semangat dan bantuan dalam menyelesaikan skripsi serta teman seperjuanganku, Rindiani, Anisa, Lika

dan Iis yang telah memberikan sumbangsih pemikiran selama perkuliahan, memberikan semangat satu sama lain selama perkuliahan.

10. Terimakasih kepada diri sendiri yang sudah bertahan sejauh ini, atas segala usaha, kesabaran dan ketekunan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Demikian skripsi ini saya tulis, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis-penulis selanjutnya.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wa barokatuh.

Palembang, Mei 2025

Citra Purnama Sari

DAFTAR ISI

Sampul Luar	i
Halaman Judul	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	iii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
PRAKATA	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK.....	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	16
C. Tujuan Penelitian.....	17
D. Manfaat Penelitian.....	18
BAB II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN	
HIPOTESIS	19
A. Kajian Pustaka	19
a. Kepuasan Konsumen	19
b. Dimensi <i>E-service Quality</i>	22

c. <i>E-Service Quality</i>	23
d. <i>Efficiency</i>	24
e. <i>System Availability</i>	26
f. <i>Fulfilment</i>	27
g. <i>Privacy</i>	29
h. <i>Responsiveness</i>	31
i. <i>Compensation</i>	32
j. <i>Contact</i>	34
B. Penelitian Sebelumnya	35
C. Kerangka Pemikiran	40
D. Hipotesis	45
BAB III. METODE PENELITIAN.....	46
A. Jenis Penelitian	46
B. Lokasi Penelitian	47
C. Operasional Variabel	48
D. Populasi Dan Sampel.....	49
E. Data Yang Diperlukan	51
F. Metode Pengumpulan Data	51
G. Analisis Data Dan Teknik Analisis	53
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	64
A. Hasil Penelitian.....	64
B. Hasil dan Pembahasan	101
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	126

A. Kesimpulan.....	126
B. Saran.....	128
DAFTAR PUSTAKA	131
LAMPIRAN	134

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Data Top Brand Award Jasa Transportasi <i>Online</i>	4
Tabel I.2 Pra-Riset kepuasan Konsumen	8
Tabel I.3 Pra-Riset Variabel <i>Effeciency</i>	9
Tabel I.4 Pra-Riset Variabel <i>System Availability</i>	10
Tabel I.5 Pra-Riset Variabel <i>Fulfillment</i>	11
Tabel I.6 Pra-Riset Variabel <i>Privacy</i>	12
Tabel I.7 Pra-Riset Variabel <i>Responsiveness</i>	13
Tabel I.8 Pra-Riset Variabel <i>Compensation</i>	14
Tabel I.9 Pra-Riset Variabel <i>Contact</i>	15
Tabel III.1 Variabel, Definisi, Indikator, Skala	48
Tabel IV.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
Tabel IV.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	68
Tabel IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	69
Tabel IV.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	70
Tabel IV.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	70
Tabel IV.6 Hasil Uji Validitas	72
Tabel IV.7 Hasil Uji Reliabilitas	73
Tabel IV.8 Variabel Kepuasan Konsumen.....	74
Tabel IV.9 Distribusi Jawaban Responden Variabel <i>Efficiency</i>	77
Tabel IV.10 Distribusi Jawaban Responden Variabel <i>System Availability</i>	80
Tabel IV.11 Distribusi Jawaban Responden Variabel <i>Fulfilment</i>	83
Tabel IV.12 Distribusi Jawaban Responden Variabel <i>Privacy</i>	86

Tabel IV.13 Distribusi Jawaban Responden Variabel <i>Reponsiveness</i>	89
Tabel IV.14 Distribusi Jawaban Responden Variabel <i>Compensation</i>	92
Tabel IV.15 Distribusi Jawaban Responden Variabel <i>Contact</i>	95
Tabel IV.16 Analisis Regresi Linier Berganda.....	99
Tabel IV.17 Uji F.....	102
Tabel IV.18 Uji T.....	103
Tabel IV.19 Koefisien Determinasi	105

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kerangka pemikiran.....	44
Gambar IV.1 Logo Aplikasi Maxim	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	: Jadwal Penelitian
Lampiran	: Kuesioner
Lampiran	: Tabulasi Jawaban Responden
Lampiran	: Uji Validitas
Lampiran	: Uji Reliabilitas
Lampiran	: Hasil Uji F, Uji T, Dan Koefisien Determinasi
Lampiran	: Tabel F
Lampiran	: Tabel t
Lampiran	: Tabel r
Lampiran	: Surat Keterangan Lunas BPP
Lampiran	: Surat Keterangan Selesai Riset Dan Tempat Penelitian
Lampiran	: Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi
Lampiran	: Cek Plagiat Turnitin
Lampiran	: Sertifikat AIK
Lampiran	: Sertifikat Aplikasi Komputer
Lampiran	: Sertifikat Aplikasi Komputer Dan Bisnis
Lampiran	: Sertifikat SKPI Pelatihan <i>Digital Marketing</i>
Lampiran	: Sertifikat SKPI Pelatihan <i>Digital Marketing</i>
Lampiran	: Sertifikat SKPI Pelatihan <i>Public Speaking</i>
Lampiran	: Sertifikat SKPI Pelatihan <i>Social Media Management</i>

ABSTRAK

Citra Purnama Sari/212021134/Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap Kepuasan Konsmen Pengguna Aplikasi Ojek Online Maxim Di Kota Palembang.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh *E-Service Quality* secara bersama-sama dan parsial Terhadap Kepuasan Konsmen Pengguna Aplikasi Ojek Online Maxim Di Kota Palembang. Penelitian ini menggunakan 100 sampel, teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan cara *purposive sampling*. Jenis penelitian ini asosiatif, data yang digunakan merupakan data primer, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji F, uji t dan koefisien determinasi. Hasil analisis menunjukkan bahwa: adanya pengaruh *e-service quality* secara bersama-sama terhadap kepuasan Konsmen pengguna aplikasi ojek online maxim di kota Palembang dengan nilai $F_{hitung} 50,530 > F_{tabel} 1,78$. Sedangkan secara parsial : 1) *efficiency* (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Konsmen dengan nilai t_{hitung} sebesar $2,111 > \text{nilai } t_{tabel} \text{ sebesar } 1,66$. 2) *system svaibility* (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Konsmen dengan nilai t_{hitung} sebesar $2,088 > \text{nilai } t_{tabel} \text{ sebesar } 1,66$. 3) *fulfillment* (X3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Konsmen dengan nilai t_{hitung} sebesar $2,179 > \text{nilai } t_{tabel} \text{ sebesar } 1,66$. 4) *privacy* (X4) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Konsmen dengan nilai t_{hitung} sebesar $-1,335 < \text{nilai } t_{tabel} \text{ sebesar } 1,66$. 5) *responsiveness* (X5) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Konsmen dengan nilai t_{hitung} sebesar $2,686 > \text{nilai } t_{tabel} \text{ sebesar } 1,66$. 6) *compensation* (X6) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Konsmen dengan nilai t_{hitung} sebesar $2,261 > \text{nilai } t_{tabel} \text{ sebesar } 1,66$. 7) *contact* (X7) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Konsmen dengan nilai t_{hitung} sebesar $-0,586 < \text{nilai } t_{tabel} \text{ sebesar } 1,66$. Analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa 77,8% perubahan terhadap kepuasan Konsmen pengguna aplikasi ojek online maxim di kota Palembang disebabkan oleh besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat dalam penelitian, sedangkan sisanya 22,2% disebabkan oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

Kata kunci: *efficiency, system availability, fulfillment, privacy, responsiveness, compensation, contact* dan kepuasan Konsmen

ABSTRACT

Citra Purnama Sari/212021134/The Effect of E-Service Quality on Consumer Satisfaction of Maxim Online Motorcycle Taxi Application Users in Palembang City.

The purpose of this study is to determine the Influence of E-Service Quality jointly and partially on the Consumer Satisfaction of Maxim Online Motorcycle Taxi Application Users in Palembang City. This study used 100 samples, the sampling technique used a nonprobability sampling technique by purposive sampling. This type of research is associative, the data used is primary data, the data collection techniques used are questionnaires and documentation. The analysis techniques used were multiple linear regression analysis, F test, t test and coefficient of determination. The results of the analysis showed that: there was an influence of e-service quality together on consumer satisfaction of on-line maxim motorcycle taxi application users in the city of Palembang with an F_{count} value of 50.530 > F_{table} 1.78. While partially: 1) efficiency (X1) has a significant effect on consumer satisfaction with $a_{calculated}$ t-value of 2.111 > a_{table} t-value of 1.66. 2) system svaibility (X2) has a significant effect on consumer satisfaction with $a_{calculated}$ t-value of 2.088 > a_{table} t-value of 1.66. 3) fulfillment (X3) has a significant effect on consumer satisfaction with $a_{calculated}$ t-value of 2.179 > a_{table} t-value of 1.66. 4) privacy (X4) did not have a significant effect on Consumer satisfaction with $a_{calculated}$ t-value of -1.335 < a_{table} t-value of 1.66. 5) responsiveness (X5) has a significant effect on consumer satisfaction with $a_{calculated}$ t value of 2.686 > a_{table} t value of 1.66. 6) compensation (X6) has a significant effect on consumer satisfaction with $a_{calculated}$ t-value of 2.261 > a_{table} t-value of 1.66. 7) contact (X7) did not have a significant effect on consumer satisfaction with $a_{calculated}$ t-value of -0.586 < a_{table} t-value of 1.66. The analysis of the determination coefficient showed that 77.8% of the change in consumer satisfaction of Maxim online motorcycle taxi application users in the city of Palembang was due to the large contribution of the independent variable to the bound variable in the study, while the remaining 22.2% was caused by other variables that were not present in this study.

Keyword: efficiency, system availability, fulfilment, privacy, responsiveness, compensation, contact and consumer satisfaction.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi telah membawa dampak yang penting dalam berbagai kehidupan. Perkembangan teknologi memungkinkan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang lebih cepat, efisien, dan mudah di akses, yang tentunya akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Di era digital saat ini, marketing digital menjadi salah satu strategi utama yang digunakan oleh perusahaan untuk menjangkau konsumen dengan mudah dan cepat. Marketing digital melibatkan saluran, seperti media sosial, mesin pencari, *email*, dan aplikasi *mobile* yang memungkinkan perusahaan untuk mempromosikan produk atau layanan jasa mereka dengan lebih tepat sasaran dan dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan dengan metode tradisional.

Pada saat ini, transportasi merupakan sarana yang sangat dibutuhkan, karena dengan adanya transportasi dapat mengefektifkan pekerjaan dan membantu dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Ketergantungan masyarakat terhadap transportasi sangat tinggi dengan alasan untuk mempersingkat waktu perjalanan di perkotaan seperti kota Palembang yang cukup luas dan penduduknya yang lumayan padat. Salah satu inovasi yang telah berkembang pesat saat ini adalah penggunaan *platform* aplikasi transportasi *online*. Aplikasi transportasi *online* sebagai sarana pemasaran digital dapat menjangkau layanan yang luas, basis pengguna yang besar dan

fitur yang interaktif. Melalui kolaborasi dengan aplikasi transportasi *online*, pelaku usaha dapat memanfaatkan marketing digital yang telah terbangun, seperti layanan pengantaran cepat dan metode pembayaran yang terintegrasi. Pemasaran digital melalui *platform* ini menjadi strategi yang relevan untuk menghadapi persaingan di era modern ini.

Menurut Tjiptono dan Diana dalam Yohana Walangitan dkk, (2022:3) pemasaran adalah proses menciptakan, mendistribusikan, mempromosikan, dan menetapkan harga barang, jasa dan gagasan untuk memfasilitasi relasi pertukaran yang memuaskan dengan para pelanggan untuk membangun dan mempertahankan relasi yang positif dengan para pemangku kepentingan dalam lingkungan yang dinamis.

Tugas pemasaran secara umum salah satunya adalah memastikan kepuasan konsumen. Memuaskan kebutuhan konsumen merupakan keinginan bagi setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk atau jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali. Menurut Kotler dan Keller dalam buku Intisari Pemasaran (2021:89) kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang akibat dari membandingkan produk atau performa (atau hasil) layanan yang dirasakan dengan ekspektasi.

Menurut Santos dalam Silvi Nurul Fauziah dkk, (2023:6) bahwa *e-service quality* sebagai evaluasi secara umum dan penilaian yang diberikan oleh konsumen berdasarkan baik buruknya suatu kualitas dari sebuah produk atau jasa yang disampaikan dalam bentuk virtual.

Perkembangan teknologi pada era modern ini telah mencapai titik yang sangat signifikan dan mempengaruhi hampir setiap aspek kehidupan manusia. Teknologi yang sangat umum sehari-hari adalah *handphone*, mobil, komputer, kamera dan lain-lain. Teknologi ini muncul dalam kehidupan manusia untuk mempermudah aktivitas yang dilakukan. Perkembangan zaman ini membuat sektor bisnis apapun harus bersentuhan dengan teknologi, khususnya di bidang jasa. Salah satu contoh teknologi di bidang jasa adalah jasa transportasi online. Seiring dengan perkembangan teknologi di era digital, akses transportasi yang semula dilakukan dengan mendatangi pusat transportasi secara langsung, kini dapat dilakukan melalui *smartphone* berbasis online. Salah satu perkembangan teknologi adalah munculnya aplikasi seperti Gojek, Grab, Maxim dan lain sebagainya yang ikut serta mendukung berkembangnya akses transportasi digitalisasi di zaman sekarang ini.

Aplikasi transportasi digital memiliki cukup banyak fitur yang dapat diakses oleh pengguna, antara lain ojek online, antar barang, dan pemesanan makanan atau minuman. Penumpang hanya perlu menunggu driver ojek online ditempat ia berada, driver akan mengetahui keberadaan penumpangnya dan segera datang ke lokasi tersebut karena adanya *Global Positioning*

System (GPS) pada aplikasi. Transportasi ojek online di Indonesia mulai muncul dengan beroperasinya Gojek pada tahun 2010. Disusul Grab pada tahun 2014 dan Maxim pada tahun 2018. Maxim adalah pemain baru dipasar ojek online yang belakangan ini disebut sebagai saingan berat Gojek hingga Grab.

Maxim merupakan perusahaan teknologi asal Rusia. Maxim pertama kali beroperasi di Indonesia pada tahun 2018. Sebelum masuk ke Indonesia Maxim sudah beroperasi di 455 kota di 13 negara sejak tahun 2014. Perusahaan ini didirikan oleh Insinyur dari kota Kyrhan yang ahli dibidang teknologi pembuatan dan proses produksi komputer. Kini Maxim telah tersedia di lebih dari 200 kota di seluruh Indonesia, termasuk di kota Palembang. Berikut data dari hasil Top Brand Award:

Tabel I.1
Top Brand Jasa Transportasi Online

Nama Brand	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	-	-	-	-	2.8

Sumber : *Top Brand Award*, 2024

Dari Tabel I.1. *Top Brand Award* diatas dapat dilihat bahwa Gojek menjadi jasa transportasi online yang paling banyak digunakan pada tahun 2024, ini tercermin dari tingkat persentase pengguna jasa ojek online yang mencapai 62.00%, posisi kedua ditempati oleh Grab dengan tingkat Persentase 31.6%, sementara di urutan ketiga ada Maxim dengan tingkat persentase 2.8%. Maxim menjadi jasa transportasi online yang paling sedikit

digunakan pada tahun 2024. Selanjutnya peneliti mencari informasi mengapa masyarakat kurang menyukai menggunakan layanan aplikasi Maxim yang dilakukan melalui hasil review asli dari google play store yang mencerminkan berbagai pengalaman pengguna terkait aplikasi ojek online Maxim:

Review 1: pengguna: Masayu Rilly Rating : ★☆☆☆☆ (1/5)

Tanggal Review: 16 Januari 2024

Ulasan: “Maps sangat tidak akurat, dan driver jauh dari titik jemput, atau sudah terlewat jauh dari titik. Nama gedung/jalan sulit ditemukan. Butuh banyak improvement terutama dari sisi akurasi peta, akurasi alamat, *update* data alamat yang lebih persisi. Jika ini diperbaiki Maxim akan lebih baik lagi. Kesian driver ojek mencari alamat sampai muter-muter satu jam lebih karena titik tidak akurat. Waktu *customer* menunggu juga jadi 2 kali lipat lamanya.”

Review 2: pengguna: Heru Kurniawan : ★☆☆☆☆ (1/5)

Tanggal Review: 16 Januari 2024

Ulasan: “tiba-tiba harganya naik, yang awalnya 12rb jadi 14rb”.

Review 3: pengguna: Nur Maidah Rating: ★★☆☆☆ (2/5)

Tanggal Review 20 Agustus 2024

Ulasan: “dari kemarin susah banget buka aplikasinya, loading terus sampai nunggu hampir setengah jam. Di *uninstall* baru *instal* lagi tetep aja ngga bisa dibuka padahal kemarin-kemarin bagus aja.”

Review 4: pengguna: Jesslyn Wijaya Rating: ★☆☆☆☆ (1/5)

Tanggal Review: 27 Agustus 2024

Ulasan: “Setiap pesen Maxim yang nyantol bukan driver yang paling dekat sama titik jemput malah dapetnya yang dideket titik antar, buang-buang

waktu jadi kelamaan nunggu, dibilang udah sampai dari aplikasi padahal dilihat dari titiknya driver masih jauh.”

Review 5: pengguna: Siti Oktaviani Moha Rating : ★★☆☆☆ (1/5)

Tanggal Review: 07 September 2024

Ulasan: “saya tiba-tiba dikeluarkan dari aplikasi, mau login lagi tidak dikirim kode verifikasi, padahal nomor saya ada pulsanya. Maxim menawarkan menggunakan e-wallet kaspro, tetapi driver tidak menggunakan kaspro giliran sering buat aduan, eh malah diblokir wajar jika saya merasa ditipu.”

Review 6: pengguna: Cicilia Noviana Rating : ★★☆☆☆ (2/5)

Tanggal Review: 01 Oktober 2024

Ulasan: “Susah banget komunikasi sama driver, informasi driver minim, susah mau menghubungi tidak ada nomor telepon, titik lokasi kurang lengkap, banyak alamat tidak ada susah mau dipakai.”

Review 7: pengguna: Afdalia Ahdar Rating: ★★☆☆☆ (2/5)

Tanggal Review: 02 Oktober 2024

Ulasan: “Maxim tolong data customer di privasi, sepereti nomor telepon. Jujur saya sangat tidak nyaman dihubungi sama oknum driver Maxim kalau sudah sampai tujuan, saya minta tolong, data privasi customer lebih diperketat.

Review 8: pengguna: Vany Rahma Rating: ★★☆☆☆ (2/5)

Tanggal Review: 06 Oktober 2024

Ulasan: “kecewa banget ini sama Maxim, mending fitur kaspo ditiadakan saja. Isi ulangnya dikenakan admin mahal, waktu saldo masuk juga dipotong

admin, saldo masuk sangat lama, mau komplain tidak ada fitur bantuan, malah disuruh ke *chrome*, isi data segala macam dan kode selalu salah. Sangat dipersulit buat komplain”

Review 9: pengguna: Indah Permata Sari Rating: ★★☆☆☆ (1/5)

Tanggal Review: 16 Oktober 2024

Ulasan: “Maxim kalau buat aplikasi harus yang benar, jangan mengecewakan “estimasi akan segera tiba” tapi faktanya harus menunggu lebih dari 10 menit.”

Review 10: pengguna: Diandra Amoy: ★★☆☆☆ (1/5)

Tanggal Review: 16 Oktober 2024

Ulasan: “Ada promosi Maxim datang ke sekolah syaratnya suruh *download* aplikasi Maxim abis itu dikasih saldo 200rb katanya besok bisa dipake taunya penipuan.

Setelah memperoleh informasi tersebut, penulis melakukan tindak lanjut dengan melakukan pra riset menggunakan kuesioner kepada 30 responden. Tujuan dari pra riset ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan Konsumen pengguna aplikasi ojek online Maxim di Kota Palembang. Hasil pra riset menunjukkan bahwa ada faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan Konsumen, yaitu *e-service quality* (kualitas pelayanan elektronik). Berikut adalah data yang diperoleh dari pra riset tersebut:

Tabel I.2
Data Pra-Riset Kepuasan Konsumen (Y)

No	Pernyataan	YA	TIDAK
Kepuasan Konsumen (Y)			
1	Layanan Maxim tidak sesuai dengan harapan, sering mengalami kesalahan teknis.	23	7
2	Ragu untuk menggunakan Maxim lagi karena driver sering datang terlambat.	17	13
3	Aplikasi maxim tidak rekomendasi, karena pelayanan yang kurang memuaskan.	20	10

Sumber: Hasil Pra Riset, 2024

Berdasarkan Tabel I.2 diatas, pada variabel kepuasan Konsumen dengan pernyataan layanan maxim tidak sesuai dengan harapan, sering mengalami kesalahan teknis terdapat 23 orang menjawab ya dan 7 orang menjawab tidak, pernyataan kedua ragu untuk menggunakan maxim lagi karena driver sering datang terlambat terdapat 17 orang menjawab ya dan 13 orang menjawab tidak, pernyataan ketiga aplikasi maxim tidak rekomendasi, karena pelayanan yang kurang memuaskan terdapat 20 orang menjawab ya dan 10 orang menjawab tidak. Kepuasan Konsumen tercipta ketika pelayanan yang diberikan memenuhi harapan Konsumen. Pelayanan yang cepat, tepat dan bebas dari gangguan teknis akan membangun rasa puas. Sebaliknya pelayanan yang tidak sesuai harapan akan menurunkan kepuasan Konsumen dan mengurangi keinginan Konsumen untuk menggunakan layanan aplikasi maxim.

Tabel I.3
Data Pra-Riset Variabel *Effeciency* (X1)

No	Pernyataan	YA	TIDAK
<i>Effeciency (X1)</i>			
1	Aplikasi Maxim lambat saat digunakan padahal koneksi internet stabil.	16	14
2	Sulit melakukan pemesanan di aplikasi Maxim karena Maps yang membingungkan.	24	6
3	Aplikasi memberikan lokasi yang tidak akurat, sehingga perjalanan menjadi lebih lama dan tidak efisien.	22	8
4	Aplikasi Maxim terasa membingungkan untuk pengguna baru	7	23
5	Aplikasi Maxim belum memudahkan pengguna dalam melakukan transaksi pembayaran menggunakan e-wallet kaspro	13	17
6	Aplikasi Maxim berjalan lambat di beberapa perangkat handphone	11	19
7	Filter tipe kendaraan tidak akurat,tetap muncul layanan yang tidak sesuai	9	21

Sumber : Hasil Pra-Riset , 2024

Berdasarkan Tabel 1.3 diatas, ada variabel efisiensi (*efficiency*), dengan pernyataan aplikasi Maxim lambat saat digunakan padahal koneksi internet stabil terdapat 16 orang menjawab ya dan 14 orang menjawab tidak, pernyataan kedua Sulit melakukan pemesanan di aplikasi Maxim karena Maps yang membingungkan terdapat 24 orang menjawab ya dan 6 orang menjawab tidak, pernyataan ketiga aplikasi memberikan lokasi yang tidak akurat, sehingga perjalanan menjadi lebih lama dan tidak efisien terdapat 22 orang menjawab ya dan 8 orang menjawab tidak. Efisiensi (*Efficiency*) dalam proses pemesanan, pengiriman dapat menciptakan pengalaman pelanggan yang positif, pelanggan cenderung lebih puas jika layanan atau produk yang mereka terima dapat disampaikan dengan cepat.

Tabel I.4
Data Pra-Riset Variabel *System Availbality* (X2)

No	Pernyataan	YA	TIDAK
<i>System Availability (X2)</i>			
1	Aplikasi sering error, akun pada aplikasi maxim keluar otomatis.	20	10
2	Sulit login ke aplikasi, setiap kali minta kode verifikasi tetapi tidak ada SMS verifikasi yang masuk.	19	11
3	Setiap ingin melakukan order aplikasi selalu menghubungkan ulang.	16	14
4	Aplikasi Maxim sering lambat/tidak bisa digunakan saat jumlah pengguna meningkat.	12	18
5	Pemulihan aplikasi Maxim setelah gangguan sering memakan waktu yang lama	7	23
6	Keamanan aplikasi maxim sering rentan terhadap potensi kebocoran data pengguna.	10	20
7	Layanan aplikasi Maxim sering mengalami gangguan, terutama di beberapa area tertentu.	13	17

Sumber: Hasil Pra-Riset,2024

Berdasarkan Tabel I.4 diatas, pada variabel ketersediaan sistem (*system availability*), dengan pernyataan aplikasi sering *error*, akun pada aplikiasi Maxim keluar otomoatis terdapat 20 orang menjawab ya dan 10 orang menjawab tidak, pernyataan kedua Sulit login ke aplikasi, setiap kali minta kode verifikasi tetapi tidak ada SMS verifikasi yang masuk terdapat 19 orang menjawab ya dan 11 orang menjawab tidak, pernyataan ketiga Setiap ingin melakukan order aplikasi selalu menghubungkan ulang,terdapat 16 orang menjawab ya dan 14 Orang menjawab tidak . Konsumen cenderung merasa puas ketika sistem yang digunakan tersedia secara konsisten, tanpa gangguan atau kerusakan. Ketersediaan sistem yang tinggi menunjukkan bahwa layanan dapat diakses kapan saja sesuai dengan kebutuhan Konsumen.

Tabel I.5
Data Pra-Riset Variabel *Fulfillment* (X3)

No	Pernyataan	YA	TIDAK
<i>Fulfillment (X3)</i>			
1	Banyak driver terdekat tetapi malah dikasih ke driver yang jauh	17	13
2	Driver Maxim jarang tersedia dilokasi tertentu saat di butuhkan	8	22
3	Aplikasi menunjukkan estimasi waktu kedatangan driver, tetapi driver datang jauh lebih lama dari waktu estimasi.	20	10
4	Driver Maxim tidak menyediakan layanan tambahan yang dijanjikan, seperti pemesanan antar makanan/barang.	7	23
5	Layanan yang diterima tidak sesuai dengan yang dijanjikan dalam aplikasi Maxim.	11	19
6	Notifikasi “akan segera tiba” seringkali tidak sesuai dengan kenyataan sehingga membingungkan	15	15
7	Driver memilih rute yang lebih lama, mengakibatkan keterlambatan pengantaran	14	16

Sumber: Hasil Pra-Riset, 2024

Berdasarkan Tabel I.5 diatas, pada variabel pemenuhan (*Fulfillment*), dengan pernyataan banyak driver terdekat tetapi dikasih ke driver yang jauh terdapat 17 orang menjawab ya dan 13 orang menjawab tidak, pernyataan kedua aplikasi menunjukkan estimasi waktu kedatangan driver, tetapi driver datang jauh lebih lama dari waktu estimasi terdapat 20 orang menjawab ya dan 10 orang menjawab tidak, pernyataan ketiga Notifikasi “akan segera tiba” seringkali tidak sesuai dengan kenyataan sehingga membingungkan terdapat 15 orang menjawab ya dan 15 orang menjawab tidak. Pemenuhan (*Fulfillment*) mencakup aspek pengiriman produk, ketersediaan produk serta waktu pengiriman. Ketika perusahaan dapat memenuhi janji-janji terkait produk atau layanan yang dijanjikan Konsumen cenderung merasa puas.

Tabel I.6
Data Pra-Riset Variabel *Privacy* (X4)

No	Pernyataan	YA	TIDAK
<i>Privacy (X4)</i>			
1	Driver Maxim sering kali tidak menutup chat setelah transaksi/perjalanan selesai sehingga percakapan pribadi tetap terbuka	15	15
2	Pemberitahuan tarif tidak sesuai pada aplikasi dan tarif bertambah saat perjalanan selesai	25	5
3	Tidak dapat mengirim kode via SMS dan harus dikirim via telepon.	16	14
4	Pengguna aplikasi tidak diberikan informasi yang jelas tentang pengumpulan data	12	18
5	Aplikasi tidak melindungi data pribadi pelanggan	9	21
6	Informasi mengenai kebijakan privasi sangat terbatas dan tidak jelas	10	20
7	Perlindungan terhadap penipuan dalam aplikasi Maxim masih sedikit.	13	17
8	Pelanggan kesulitan mengelola atau menghapus data pribadi dalam aplikasi	9	21

Sumber: hasil pra-riset, 2024

Berdasarkan Tabel I.6 diatas, pada variabel privasi (*privacy*), dengan pernyataan driver Maxim sering kali tidak menutup chat setelah transaksi/perjalanan selesai sehingga percakapan pribadi tetap terbuka terdapat 15 orang menjawab ya dan 15 orang menjawab tidak, pernyataan kedua pemberitahuan tarif tidak sesuai pada aplikasi dan tarif bertambah saat perjalanan selesai terdapat 25 orang menjawab ya dan 5 orang menjawab tidak, pernyataan ketiga Tidak dapat mengirim kode via SMS dan harus dikirim via telepon terdapat 16 orang menjawab ya dan 14 orang menjawab tidak. Perlindungan *privacy* yang baik dapat memperkuat hubungan antara perusahaan dan konsumen, dan mengurangi kekhawatiran tentang penyalahgunaan data konsumen.

Tabel I.7
Data Pra-Riset *Responsiveness* (X5)

No	Pernyataan	YA	TIDAK
<i>Responsiveness (X5)</i>			
1	Pengaduan pelanggan tidak ditindak lanjuti dengan cepat.	23	7
2	Pihak maxim sangat slow respon ketika Konsumen mengalami kendala pembayaran non-tunai.	21	9
3	Pelanggan kesulitan menemukan fitur bantuan yang jelas di aplikasi Maxim	8	22
4	Aplikasi tidak ada opsi pembatalan pesanan tanpa alasan.	17	13

Sumber: Hasil Pra-Riset, 2024

Berdasarkan Tabel I.7 diatas, Pada variabel responsivitas (*responsiveness*), dengan pernyataan Pengaduan pelanggan tidak ditindak lanjuti dengan cepat terdapat 23 orang menjawab ya dan 7 orang menjawab tidak, pernyataan kedua pihak Maxim sangat slow respon ketika konusmen mengalami kendala pembayaran non-tunai terdapat 21 orang menjawab ya dan 9 orang menjawab tidak, pernyataan ketiga Aplikasi tidak ada opsi pembatalan pesanan tanpa alasan.terdapat 17 orang menjawab ya dan 13 orang menjawab tidak. Responsivitas (*Responsiveness*) dapat membangun hubungan yang lebih baik antara perusahaan dan Konsumen dan mendorong rekomendasi positif dari mulut ke mulut. Perusahaan yang *responsive* lebih mampu beradaptasi dengan cepat akan kebutuhan yang di inginkan pelanggan yang pada akhirnya dapat mendukung kesuksesan perusahaan dalam jangka panjang.

Tabel I.8
Data Pra-Riset Variabel *Compensation* (X6)

No	Pernyataan	YA	TIDAK
<i>Compensation (X6)</i>			
1	Saldo maxim e-wallet kaspro sering kali terpotong sendiri dan sering double bayar	18	12
2	Tidak ada promo seperti aplikasi ojek online lainnya.	25	5
3	Layanan aplikasi memberikan promo tetapi di akun driver masih menunjukkan harga normal.	23	7

Sumber: Hasil Pra-Riset, 2024

Berdasarkan Tabel I.8 diatas, Pada variabel kompensasi (*compensation*), dengan pernyataan Saldo Maxim *e-wallet* kaspro sering kali terpotong sendiri dan sering double bayar terdapat 18 orang menjawab ya dan 12 orang menjawab tidak, pernyataan kedua tidak ada promo seperti aplikasi ojek lainnya terdapat 25 orang menjawab ya dan 5 orang menjawab tidak, pernyataan ketiga layanan aplikasi memberikan promo tetapi di akun driver masih menunjukkan harga normal terdapat 23 orang menjawab ya dan 7 orang menjawab tidak. Konsumen akan merasa kecewa dan kehilangan kepercayaan terhadap sistem atau penyedia layanan yang tidak memberikan kompensasi atau ganti rugi atas kesalahan yang mereka buat. Pengalaman yang buruk ini dapat menurunkan kepuasan konsumen dan bahkan dapat menyebabkan konsumen mencari layanan alternatif lainnya.

Tabel I.9
Data Pra-Riset Variabel *Contact* (X7)

No	Pernyataan <i>Contact</i> (X7)	YA	TIDAK
1	Layanan aplikasi Maxim tidak menyediakan kontak. admin/ <i>customer service</i> untuk proses kendala yang dihadapi.	20	10
2	Informasi untuk menghubungi layanan pelanggan tersembunyi atau tidak jelas.	9	21
3	Driver Maxim menerima pesanan, tetapi tidak memberikan kontak komunikasi lanjutan dan tidak datang menjemput	19	11
4	sulit menghubungi driver dan driver sering membatalkan pesanan secara sepihak	17	13

Sumber: Hasil Pra-Riset, 2024

Berdasarkan Tabel I.9 diatas, Pada variabel kontak (*contact*), dengan pernyataan layanan aplikasi Maxim tidak menyediakan kontak admin/*customer service* untuk kendala yang dihadapi Konsumen terdapat 20 orang menjawab ya dan 10 orang menjawab tidak, pernyataan kedua driver Maxim menerima pesanan, tetapi tidak memberikan komunikasi lanjutan dan tidak datang menjemput terdapat 19 orang menjawab ya dan 11 orang menjawab tidak, pernyataan ketiga sulit menghubungi driver dan driver sering membatalkan pesanan secara sepihak terdapat 17 orang menjawab ya dan 13 orang menjawab tidak. Kontak (*contact*) berfokus pada interaksi dan komunikasi antara perusahaan dan Konsumen. Ketika pelanggan dapat dengan mudah berkomunikasi dengan driver, misalnya untuk memberikan petunjuk atau mengkonfirmasi lokasi penjemputan, hal ini dapat membuat pelanggan merasa lebih nyaman dan merasa dihargai.

Berdasarkan penjelasan masalah diatas, penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul **Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Aplikasi Ojek Online Maxim Di Kota Palembang.**

B. Rumusan masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, maka permasalahan yang dapat dikemukakan dalam penelitian ini adalah:

1. Adakah pengaruh *E-Service Quality* (*Efficiency, System Availability, Fulfillment, Privacy, Responsiveness, compensation* dan *contact*) terhadap kepuasan konsumen pengguna aplikasi ojek *online* Maxim di Kota Palembang?
2. Adakah pengaruh Efisiensi (*Efficiency*) terhadap kepuasan konsumen pengguna aplikasi ojek *online* Maxim di Kota Palembang?
3. Adakah pengaruh Ketersediaan sistem (*System Availability*) terhadap kepuasan konsumen pengguna aplikasi ojek *online* Maxim di Kota Palembang?
4. Adakah pengaruh Pemenuhan (*Fulfillment*) terhadap kepuasan konsumen pengguna aplikasi ojek *online* Maxim di Kota Palembang?
5. Adakah pengaruh Privasi (*Privacy*) terhadap kepuasan konsumen pengguna aplikasi ojek *online* Maxim di Kota Palembang?
6. Adakah pengaruh responsivitas (*Responsiveness*) terhadap kepuasan konsumen pengguna aplikasi ojek *online* Maxim di Kota Palembang?

7. Adakah pengaruh kompensasi (*compensation*) terhadap kepuasan konsumen pengguna aplikasi ojek *online* Maxim di Kota Palembang?
8. Adakah pengaruh kontak (*contact*) terhadap kepuasan konsumen pengguna aplikasi ojek *online* Maxim di Kota Palembang?

C. Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan diatas, maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *E-Service Quality* (*Efficiency, System Availability, Fulfillment, Privacy, Responsiveness, compensation* dan *contact*) terhadap kepuasan konsumen pengguna aplikasi ojek *online* Maxim di kota Palembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh Efisiensi (*Efficiency*) terhadap kepuasan konsumen pengguna aplikasi ojek *online* Maxim di kota Palembang.
3. Untuk mengetahui pengaruh Ketersediaan sistem (*System Availability*) terhadap kepuasan konsumen pengguna aplikasi ojek *online* Maxim di kota Palembang.
4. Untuk mengetahui pengaruh Pemenuhan (*Fulfillment*) terhadap kepuasan konsumen pengguna aplikasi ojek *online* Maxim di kota Palembang.
5. Untuk mengetahui pengaruh Pribadi (*Privacy*) terhadap kepuasan konsumen pengguna aplikasi ojek *online* Maxim di kota Palembang.
6. Untuk mengetahui pengaruh Responsivitas (*Responsiveness*) terhadap kepuasan konsumen pengguna aplikasi ojek *online* Maxim di kota Palembang.

7. Untuk mengetahui pengaruh kompensasi (*compensation*) terhadap kepuasan konsumen pengguna aplikasi ojek *online* Maxim di Kota Palembang.
8. Untuk mengetahui pengaruh kontak (*contact*) terhadap kepuasan konsumen pengguna aplikasi ojek *online* Maxim di Kota Palembang.

D. Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan wawasan untuk pihak-pihak sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan bagi penulis dalam memahami ilmu manajemen pemasaran, khususnya pengetahuan yang berkaitan dengan kualitas layanan elektronik (*e-service quality*) dan kepuasan konsumen.

2. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan kajian bagi mahasiswa manajemen khususnya dan mahasiswa lain umumnya untuk memperkaya ilmu pengetahuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agrasadya, & Al Mansyah, W. (2022). *Pengaruh Disiplin Kerja dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Bagian Gardener Pasa Pt Iss Indonesia Area Pusat Pengelolaan gbk Jakarta*, 9(8). 356-363.
- Anjar.S. Eka Kusumastuti. Titi Haryanti. (2022). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Indonesia (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Purwokerto). *Jurnal Pustaka Aktiva*. 12-20.
- Anggraini, R. (2022). Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi Dalam Pengaruh Tax Aggressiveness Terhadap Cost of Debt. ISSN 2502-3632 (Online) ISSN 2356-0304 (Paper) *Jurnal Online Internasional & Nasional Vol. 7 No.1, Januari – Juni 2019 Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta*, 53(9), 1689–1699. www.journal.uta45jakarta.ac.id
- Asnaniyah, S. (2022). Pengaruh E-Service Quality, E-Trust Dan E-Satisfaction Terhadap E-Loyalty Konsumen Muslim. *Journal of Comprehensive Islamic Studies*, 1(2), 275–302. <https://doi.org/10.56436/jocis.v1i2.142>
- Auliya, V., & Lina, L. F. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Daring Pada Kepuasan Konsumen Di E-Commerce Shopee, 4 (2), 54-61. *Jurnal TECHNOBIZ Vol.4, No. 2, 2021*, 54-61.
- Demmy,D., Fathul, Q.(2018). Persepsi Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang Terhadap Pengguna Aplikasi Tik-Tok. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*.
- Fidia, H. N., & Harsoyo, T. D. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (E-Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bisnis Jasa Transportasi Gojek. *Jurnal Perilaku Dan Strategi Bisnis*, 10(1), 79–103
- Fransiskho, G., Goh, T. S., & Julitawaty, W. (2021). Pengaruh kepuasan konsumen dan diskon terhadap volume penjualan pt. atmindo tbk tanjung morawa. *Jurnal Bisnis Kolega*, 7(2), 20–29.
- Giovanni, L., & Winarto. (2023). Pengaruh E-Service Quality dan Customer Satisfaction Terhadap Customer Loyalty pada Konsumen Grab di Fisip Universitas Hang Tuah Surabaya. *Journal Of Accounting and Business*, 2(2), 87–97. <https://doi.org/10.30649/jab.v2i2.98>
- Hasan, M.I. (2015). *Pokok-Pokok Materi Statistik 2 (statistik Inferenshif)*. Jakarta: Pt Bumi Aksara.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan (Pertama)*. Unitomo Press.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2021) *INTISARI MANAJEMEN PEMASARAN*

- (A.Pramesta (ed.); Edisi Keen, p.221). Penerbit ANDI.
- Lady, & Novita. (2023). Analysis Of The Effect Of E-Service Quality On Customer E-Loyalty Through Customer Satisfaction In Using Online Transportation Applications Analysis Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Pelanggan Melalui. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 932–943. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>.
- Milensia, I., & Suhendry, W. (2022). Analisis Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Pengguna Aplikasi Go-Food Di Pontianak. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 4 (2):1-7.
- Nafiudin, Andari, Denny.K, Andini,T.I. (2021). Pentingnya Desain Ulang Pekerjaan Dan Deskripsi Pekerjaan Untuk Peningkatan Kinerja Pegawai Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Sains Manajemen*.
- Pratama, R. A., & Artadita, S. (2023). *Pengaruh E-Service Quality Dan Customer Experience Terhadap Customer Satisfaction Pada The Effect Of E-Service Quality And Customer Experience On Customer Satisfaction On Students Using Link Aja At Telkom University*. 10(3), 1624.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A.A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deefublish. Cetakan Pertama.
- Ristanti, K. A., & Sri Vandayuli Riorini. (2023). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Serta Dampaknya Terhadap E-Wom Konsumen Transportasi Online. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 1447–1456. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i1.16211>.
- Salsabila, K. Q., & Sari, D. (2022). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Layanan ShopeeFood. *YUME: Journal of Management*, 5(2), 265–272. <https://doi.org/10.2568/yum.v5i2.1626>.
- Silvi Nurul Fauziah, Ari Arisman, & Suci Putri Lestari. (2023). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap Kepuasan Konsumen Maxim Di Kota Tasikmalaya. *CEMERLANG: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 3(4), 96–113. <https://doi.org/10.55606/cemerlang.v3i4.1866>.
- Suliyanto. (2018). *METODE PENELITIAN BISNIS Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Kombinasi, dan R&D* (Edisi ke-3). ALFABETA,CV.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung:Alfabeta. Cetakan Ketiga.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, kombinasi dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Cetak Ketiga.
- Sugiyono, (2024). *METODE PENELITIAN Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*

(Edisi Ke-2 Cetakan Ke-30). ALFABETA.

Uluvianti, L.D, I Made Bayu Dirgantara & Danes Quirira Octavio. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Pada Beberapa E-Commerce. *Diponegoro Journal Of Management*.<http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>.

Wardhana, A. (2024). *Model Pengukuran E-Service Quality* (Issue October).

Yohana Walangitan, B., Dotulong, L. O., & Poluan, J. G. (2022). Pengaruh Diskon Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Konsumen Untuk Menggunakan Transportasi Online (Studi Pada Konsumen Maxim Di Kota Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 511–521.