

**PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN APLIKASI MAXIM DI  
KECAMATAN SEBERANG ULU II KOTA PALEMBANG**

**SKRIPSI**



**Nama : NATASHA**

**NIM : 212021191**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**2025**

**SKRIPSI**  
**PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN**  
**TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN APLIKASI MAXIM DI KECAMATAN**  
**SEBERANG ULU II KOTA PALEMBANG**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan**  
**Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



**Nama : NATASHA**

**NIM : 212021191**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**2025**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Natasha  
NIM : 212021191  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Konsentrasi : Pemasaran  
Judul Skripsi : Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Transportasi Maxim di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang.

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan unntuk mendapatkan gelar akademik sarjana Strata 1 baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lainkecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah di tulis atau dipublikasikan oarang 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 dikemudian 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 diperguruan tinggi ini.

Palembang, Februari 2025



Natasha

Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

**Judul** : Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan  
Terhadap Loyalitas Pelanggan Aplikasi Maxim di Kecamatan  
Seberang Ulu II Kota Palembang.  
**Nama** : Natasha  
**NIM** : 212021191  
**Fakultas** : Ekonomi Dan Bisnis  
**Program Studi** : Manajemen  
**Konsentrasi** : Pemasaran

Diterima dan Disahkan

Pada Tanggal, Mei 2025

Pembimbing I,



Dr. Hj. Maftubah Nurrabmi, S.E., M.Si  
NIDN: 0216057001

Pembimbing II,



Fitantina, S.E., M.Si  
NIDN: 0028026301

Mengetahui, Dekan

U.b. Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si CHRO  
NIDN: 0229057501

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **Motto :**

“ Dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap”

(QS. Al-Insyirah:8)

*~ be kind, be humble, be love ~*

### **Persembahan:**

Alhamdulillahirabbil Alamin, Karya ini merupakan bentuk rasa syukur saya kepada Allah SWT karna telah memberikan nikmat karunia pertolongan yang tiada henti hingga saat ini.

Karya ini saya persembahkan sebagai tanda bukti sayang dan cinta yang tidak terhingga kepada kedua Orang Tua tercinta, Bapak Indrawandi dan teristimewa Ibu Sumarni yang telah melahirkan, merawat, membimbing, dan melindungi dengan tulus serta penuh keikhlasan, mencurahkan segala kasih sayang dan cintanya, serta yang senantiasa mendoakan, dan memberikan semangat dan juga dukungan sepenuh hati.

Karya ini juga saya persembahkan kepada seluruh keluarga tercinta yaitu kakak dan adik yang selalu menjadi penyemangat terbaik, selalu memberikan semangat dan dukungan baik moril maupun material. Tak lupa dipersembahkan kepada diri sendiri, terimakasih telah bertahan sejauh ini, dan tidak pernah berhenti berusaha dan berdoa untuk menyelesaikan skripsi ini.

## PRAKATA



*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wa Barakatuh.*

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan berkah, rahmat, hidayat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Transportasi Maxim di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang” dengan baik dan tepat pada waktunya. Skripsi ini adalah menjadi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

Dengan penuh rasa hormat, cinta, dan kasih sayang dan kerendahan hati, skripsi ini penulis persembahkan terkhusus kepada kedua orang tua, Ayahanda ku (Indrawandi) dan Ibunda ku (Sumarni) yang memiliki peran penting dalam perjalanan hidup penulis dan berjasa dalam mendidik, mendoakan, memberikan dorongan motivasi, serta selalu ada disetiap masalah yang dihadapi penulis. Terimakasih kepada Allah SWT yang telah memberikan kedua orang tua yang terbaik didunia serta keluarga besar yang selalu mendukung.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis sangat menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kesalahan, hal ini mengingat keterbatasan yang dimiliki penulis, baik dari segi ilmu ataupun pengalaman. Selesainya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dorongan serta motivasi dari

beberapa pihak, maka dengan kesempatan yang didapat penulis ingin mengucapkan banyak Terima Kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Abid Djazuli, S.E.,M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Dr. Yudha Mahrom DS, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Dr. Zaleha Tri Handayani, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Dr. Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing 1 dan Ibu Fitantina, S.E, M.Si selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah banyak membantu dan membimbing dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Dr. Maidiana Astuti, S.E., M.Si selaku Penelaah 1 dan Ibu Eny Cahyani, S.E., M.Si selaku Penelaah 2 yang telah membantu dan meluangkan waktu sampai skripsi ini selesai.
6. Bapak dan Ibu dosen pengajar serta seluruh staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
7. Kepada dua orang yang paling berjasa dalam hidup saya, Ayahanda Indrawandi dan Ibunda Sumarni. Terima kasih Selalu mendoakan yang terbaik dan memberi dukungan baik moril maupun material
8. Kepada M.Zainul Bashar dan Mita Ramadhani selaku kakak dan adik penulis yang telah memberikan dukungan dan semangat yang luas biasa.
9. Masyarakat Kecamatan Seberang Ulu II Palembang yang telah memberikan

izin dan bersedia menjadi responden dalam penelitian ini dan memberikan saran kepada penulis.

10. Dan terakhir untuk Natasha, apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terimakasih karena terus berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati setiap prosesnya. Terimakasih sudah sampai sejauh ini.

Akhirnya, sungguh penulis sangat menyadari bahwa Skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kepada semua pihak utamanya para pembaca yang budiman, penulis senantiasa mengharapkan saran dan kritiknya dari kesempurnaan Skripsi ini.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak yang membutuhkan dan semoga Allah SWT membalas segala kebaikan semua pihak yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.

*Billahi Fii Sabilil Haq, Fastabikul Khairot, Wassalamu'alaikum  
Warohmatullahi Wa Barolatu.*

**Palembang, Februari 2025**

**Natasha**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN BEBAS PLAGIAT.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PRAKATA .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>HALAMAN DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>HALAMAN DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xvi</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	11
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Manfaat Penelitian.....	12
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN</b>	
<b>HIPOTESIS .....</b>	<b>14</b>
A. Kajian Pustaka.....	14
B. Kerangka Pemikiran .....	31
C. Hipotesis .....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
A. Jenis Penelitian .....	32

B. Lokasi Penelitian .....	33
C. Operasionalisasi Variabel.....	34
D. Populasi dan Sampel .....	35
E. Data yang Diperlukan.....	37
F. Metode Pengumpulan Data .....	38
G. Analisis Data .....	39
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>48</b>
A. Pembahasan Hasil Penelitian.....	75
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>80</b>
A. Kesimpulan.....	80
B. Saran.....	80
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>82</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>8</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Top Brand Index Kategori Jasa Transportasi .....	2
Tabel I. 2 Pra Riset Hasil Pengguna Maxim .....	7
Tabel III. 1 Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	33
Tabel IV. 1 Uji Validitas .....	57
Tabel IV.2 Uji Reliabilitas.....	58
Tabel IV.3 Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Loyalitas (Y) .....	59
Tabel IV.4 Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Kepuasan (X1) .....	62
Tabel IV. 5 Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Kepercayaan (X2) ....	65
Tabel IV. 6 Analisis Regresi Linier Berganda .....	69
Tabel IV. 7 Uji F.....	71
Tabel IV. 8 Uji t.....	72
Tabel IV. 9 Koefisien Determinasi .....	73

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar II.1 Kerangka Pemikiran.....	31
Gambar IV.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
Gambar IV.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	53
Gambar IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	54

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran : Jadwal Penelitian

Lampiran : Kuesioner

Lampiran : Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Lampiran : Hasil Regresi Linier Berganda Uji F, Uji t dan

Koefisien Determinasi Lampiran : Tabulasi Data

Lampiran : Tabel Distribusi f

Lampiran : Tabel Distribusi t

Lampiran : Tabel Distribusi r

Lampiran : Surat Keterangan Lunas BPP

Lampiran : Surat Keterangan Selesai Riset dari Tempat Penelitian

Lampiran : Kartu Aktifitas Bimbingan Skripsi

Lampiran : Cek Plagiat Turnitin

Lampiran : Sertifika AIK

Lampiran : Sertifikat Aplikasi Komputer

Lampiran : Sertifikat Aplikasi Komputer dan Bisnis

Lampiran : Sertifikat SKPI Pelatihan Digital Marketing

Lampiran : Sertifikat SKPI Pelatihan Public Speaking

Lampiran : Sertifikat SKPI Pelatihan Digital Marketing

Lampiran : Sertifikat SKPI Pelatihan Social Media Management

Lampiran : Sertifikat SKPI Pelatihan SPSS

Lampiran : Biodata Penuli

## ABSTRAK

### PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN APLIKASI MAXIM DI KECAMATAN SEBERANG ULU II KOTA PALEMBANG

Natasha<sup>1</sup>, Maftuhah Nurrahmi<sup>2</sup>, Fitantina<sup>3</sup>

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Aplikasi Maxim di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang secara simultan dan parsial. Jenis penelitian ini adalah asosiatif, dengan variabel yang di gunakan adalah Loyalitas Pelanggan (Y), Kepuasan Pelanggan (X1) dan Kepercayaan Pelanggan (X2). Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 100 responden yang di ambil secara *purposive sampling*. Data utama yang digunakan adalah data primer dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang di gunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji hipotesis F dan t, koefisien determinasi. Hasil regresi linier berganda menunjukkan ada pengaruh positif Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan jasa transportasi Maxim di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang,  $Y = 3,109 + 0,413X_1 + 0,299X_2$ . Hasil uji hipotesis menunjukkan 1) Ada pengaruh signifikan Kepuasan pelanggan dan kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Aplikasi Maxim di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang. Hasil ini dibuktikan dengan hasil uji F hitung (106,533) > Ftabel (2,14), dengan taraf signifikansi  $F_{0,000} < 0,1$ . 2) Ada pengaruh signifikan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan aplikasi Maxim di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji hipotesis t, yaitu nilai thitung (3,341) > ttabel 1,290 dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,10$ . 3) Ada pengaruh signifikan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan aplikasi Maxim di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji hipotesis t, yaitu nilai thitung (3,341) > ttabel (1,290) dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,10$ . Hasil Koefisien Determinasi menunjukkan bahwa kontribusi Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap perubahan Loyalitas Pelanggan aplikasi Maxim di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang sebesar 68,1%. Sisanya 31,9% di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

## **ABSTRACT**

### **THE EFFECT OF CUSTOMER SATISFACTION AND CUSTOMER TRUST ON CUSTOMER LOYALTY OF MAXIM APPLICATION IN SEBERANG ULU II DISTRICT, PALEMBANG CITY**

*Natasha<sup>1</sup>, Maftuhah Nurrahmi<sup>2</sup>, Fitantina<sup>3</sup>*

*The purpose of this study was to determine the effect of customer satisfaction and customer trust on customer loyalty of the Maxim Application in Seberang Ulu II District, Palembang City simultaneously and partially. This type of research is associative, with the variables used are Customer Loyalty (Y), Customer Satisfaction (X1) and Customer Trust (X2). The number of samples in this study was 100 respondents taken by purposive sampling. The main data used is primary data with a data collection method using a questionnaire. The analysis technique used is multiple linear regression analysis, F and t hypothesis tests, coefficient of determination. The results of multiple linear regression indicate that there is a positive effect of Customer Satisfaction and Customer Trust on Customer Loyalty of Maxim transportation services in Seberang Ulu II District, Palembang City,  $Y = 3.109 + 0.413X1 + 0.299X2$ . The results of the hypothesis test show 1) There is a significant effect of Customer Satisfaction and Customer Trust on Customer Loyalty of the Maxim Application in Seberang Ulu II District, Palembang City. This result is proven by the results of the F test count (106.533) > F table (2.14), with a significance level of  $F 0.000 < 0.1$ . 2) There is a significant influence of Customer Satisfaction on Customer Loyalty of the Maxim application in Seberang Ulu II District, Palembang City. This is proven by the results of the t hypothesis test, namely the t count value (3.341) > t table 1.290 with a significant value of  $0.000 < 0.10$ . 3) There is a significant influence of Customer Trust on Customer Loyalty of the Maxim application in Seberang Ulu II District, Palembang City. This is proven by the results of the t hypothesis test, namely the t count value (3.341) > t table (1.290) with a significant value of  $0.000 < 0.10$ . The results of the Determination Coefficient show that the contribution of Customer Satisfaction and Customer Trust to changes in Customer Loyalty of the Maxim application in Seberang Ulu II District, Palembang City is 68.1%. The remaining 31.9% is influenced by other variables not included in this study.*

**Keywords:** *Customer Satisfaction, Customer Trust, Customer Loyalty*

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Globalisasi dan perdagangan global adalah elemen yang tak terelakkan seiring dengan kemajuan teknologi. Pesatnya pertumbuhan teknologi informasi dan komunikasi telah menghapuskan sekat-sekat regional, sehingga satu wilayah dapat terhubung dengan wilayah lain secara real-time. Pengelolaan informasi lokal dan jarak jauh juga dimungkinkan oleh pengembangan jaringan internet dan teknologi berbasis data. Meningkatnya penggunaan telepon pintar di Indonesia juga telah mendorong terciptanya sejumlah perusahaan berbasis internet, seperti pengecer daring dan angkutan daring. Kehadiran perusahaan berbasis teknologi tersebut, baik dari dalam maupun luar negeri, memacu pertumbuhan dunia usaha dan menciptakan persaingan pasar yang semakin ketat. Agar dapat bersaing, perusahaan diharapkan untuk memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, sekaligus menawarkan layanan yang lebih unggul dibandingkan pesaingnya. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang inovatif menjadi kunci keberhasilan di tengah semakin ketatnya persaingan.

Salah satu sektor yang mengalami pertumbuhan pesat berkat kemajuan teknologi adalah layanan transportasi daring. Ojek yang sebelumnya beroperasi secara konvensional dengan kepemilikan perorangan kini telah berkembang menjadi layanan berbasis aplikasi yang dikelola secara profesional. Moda transportasi ini diminati masyarakat karena keunggulannya dalam hal

kecepatan dan jangkauan ke daerah-daerah yang sulit diakses, baik di perkotaan maupun di pedesaan. Transisi taksi sepeda motor dari layanan tradisional ke layanan daring merupakan contoh bagaimana teknologi dapat mengubah praktik bisnis yang sudah mapan menjadi lebih terstruktur dan canggih.

Saat ini, layanan transportasi memegang peranan penting dalam membantu masyarakat memenuhi kebutuhan sehari-hari, termasuk pekerjaan dan pendidikan. Pelanggan semakin cermat dalam memilih layanan yang akan digunakan seiring dengan semakin banyaknya pilihan layanan transportasi daring. Selain barang atau jasa yang disediakan, mereka juga mempertimbangkan sejumlah faktor lain, termasuk kenyamanan, keamanan, dan efektivitas layanan. Hal ini mengindikasikan bahwa dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, penyedia layanan transportasi daring perlu terus menghadirkan inovasi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan menjaga daya saing.

**Tabel I.1**  
**TOP BRAND INDEKS**

Nama Brand	2023	2024
Gojek	55.00	62.00
Grab	35.30	31.60
Maxim	-	2.80

Showing 1 to 3 of 3 entries

Sumber : Top Brand Award

Tabel I.1 menunjukkan dari tahun 2023 hingga 2024, data Top Brand untuk sejumlah layanan transportasi daring, dengan fokus pada merek Gojek, Grab, dan Maxim. Persentase konsumen yang mengetahui dan menyukai perusahaan-perusahaan ini di sektor transportasi daring digunakan untuk menghitung data ini. Dari 55% pada tahun 2023 menjadi 62% pada tahun 2024, Gojek telah mengalami peningkatan yang cukup stabil dalam perolehan Top Brand setiap tahunnya. Pola ini menunjukkan bahwa Gojek telah berhasil dalam menjaga dan menumbuhkan loyalitas konsumen dan pengenalan merek, yang dapat dikaitkan dengan pengembangan produk yang inovatif atau taktik pemasaran yang efektif. Sepanjang tahun 2023 hingga 2024, pangsa pasar Grab turun dari 35,3% menjadi 31,6%. Persentase tertinggi sebesar 2,8% baru terlihat pada tahun 2024. Meski hanya sebagian kecil konsumen yang memiliki pengetahuan dan loyalitas merek yang rendah dibandingkan dengan pesaingnya, masuknya Maxim sebagai pesaing baru menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mulai mendapat perhatian di sektor transportasi daring.

Dibandingkan dengan pendahulunya, Go-Jek dan Grab, Maxim merupakan penyedia layanan transportasi daring yang relatif baru. Kurgan Maxim Belonogov mendirikan bisnis ini di Chardinsk, Rusia, pada tahun 2003. Pada tahun 2018, perusahaan ini mulai menjalankan bisnis di Indonesia dengan nama PT Teknologi Perdana Indonesia. Salah satu kota tempatnya beroperasi adalah Palembang; Maxim mulai menyediakan layanan pelanggan di sana pada bulan Februari 2019. Meskipun tergolong baru, Maxim masih berupaya memperluas penawaran layanannya dan bersaing dengan bisnis lain di sektor transportasi daring.

Loyalitas Pelanggan sangat penting bagi kemampuan Maxim untuk bersaing dengan sukses. Elemen kunci yang memengaruhi kinerja jangka panjang bisnis adalah Loyalitas Pelanggan. Selain memanfaatkan layanan yang diberikan secara teratur, klien yang loyal juga berperan sebagai duta merek dengan merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain. Menurut Oliver (2014:432) dalam Kolonio & Soepono, (2019), mendefinisikan Loyalitas pelanggan merupakan sebuah komitmen yang kuat dari pelanggan untuk secara konsisten membeli atau menggunakan produk atau layanan tertentu. Bahkan ketika konsumen menghadapi faktor situasional atau taktik pemasaran dari pesaing yang bersaing untuk mendapatkan perhatian mereka, loyalitas ini tetap dipertahankan. Dalam hal ini, salah satu faktor terpenting bagi Maxim untuk mempertahankan dan mengembangkan pangsa pasarnya di Indonesia adalah Loyalitas Pelanggan.

Menurut Lepojevic & Dukic dalam Wicaksono, (2022:506) Loyalitas dipengaruhi empat faktor yaitu Kepuasan Kelanggan, Kepercayaan Pelanggan, Komitmen Pelanggan, Persepsi Kualitas Layanan. Dua faktor utama yang berperan penting dalam membentuk Loyalitas Pelanggan adalah Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan. Sementara Kepercayaan berkaitan dengan keyakinan klien bahwa penyedia layanan akan terus menepati janji dan kewajibannya, Kepuasan pelanggan merupakan sebuah indikator yang mengukur tingkat Kepuasan Pelanggan terhadap kualitas layanan yang mereka nikmati.

Banyak penyedia layanan bersaing menawarkan insentif dan promosi untuk meningkatkan Kepuasan Pelanggan adalah faktor krusial yang memainkan peran vital dalam menentukan keberhasilan suatu bisnis, termasuk di sektor transportasi

internet. Menurut Kotler dan Keller (2016) dalam Rafiah, (2019:49), kepuasan pelanggan adalah Perasaan senang atau kecewa yang dialami seseorang sering kali muncul akibat perbandingan antara kinerja atau hasil produk yang dirasakan dengan harapan yang dimiliki. Ketika pelanggan memperoleh pengalaman yang positif, mereka cenderung merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain dan terdorong untuk menggunakannya kembali jika mereka merasa puas. Kepuasan Pelanggan memiliki peran penting dalam meningkatkan reputasi perusahaan. Selain itu, hal ini juga dapat menarik lebih banyak pelanggan baru dan berkontribusi pada tingkat retensi pengguna yang lebih baik.

Namun, kepercayaan juga merupakan komponen penting dalam membina hubungan antara pelanggan dan penyedia layanan transportasi daring. Pelanggan merasa lebih aman sebagai hasil dari kepercayaan ini, yang memengaruhi keputusan mereka untuk sering menggunakan layanan tersebut. Tingkat Kepercayaan Pelanggan dapat dipengaruhi oleh beberapa kelemahan dalam layanan Maxim, seperti tidak adanya perlindungan asuransi dan kemampuan verifikasi wajah. Menurut data dari Tagar.id (2019), Gojek dan Grab memiliki kerja sama dengan perusahaan asuransi seperti Jasa Raharja yang melindungi pengemudi dan pelanggan, tetapi Maxim tidak. Hal ini dapat menyebabkan pelanggan menjadi kurang percaya pada layanan Maxim dan informasi yang tidak akurat mengenai identitas pengemudi dan kendaraan. Menurut Pan dan Zinkhan (2016:71) dalam Fiddiyana, (2016) Kesiapan pelanggan untuk mempercayai suatu merek, serta risiko yang mereka ambil karena harapan akan hasil yang menguntungkan,

sehingga mendorong terjalinnya hubungan kepercayaan antara mereka dan merek tersebut, dikenal sebagai Kepercayaan Pelanggan terhadap merek.

**Tabel I.2**  
**Prariset tentang faktor-faktor dan indikator yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan**

No.	Pernyataan	Jumlah konsumen	
		Setuju	Tidak setuju
Loyalitas pelanggan			
1	Memilih Maxim dibandingkan layanan transportasi serupa	12	18
2	Tetap percaya pada Maxim meskipun ada isu negatif	10	20
3	Tetap merekomendasikan Maxim meski ada keritikan terhadapnya	14	16
Kepuasan pelanggan			
1	Layanan yang diberikan Maxim sesuai dengan harapan saya	7	23
2	Maxim adalah pilihan utama saya untuk layanan transportasi <i>online</i>	10	20
3	Maxim adalah layanan transportasi <i>online</i> yang layak direkomendasikan	9	21
Kepercayaan pelanggan			
1	Pengemudi maxim memiliki kemampuan untuk menjalankan layanan dengan professional.	11	19
2	Maxim adalah layanan transportasi yang dapat saya andalkan setiap saat.	5	25
3	Maxim selalu memberikan informasi yang jujur tentang estimasi waktu kedatangan.	8	22
4	Maxim menunjukkan kesungguhan dalam memberikan pelayanan terbaik.	10	20
Komitmen pelanggan			
1	Saya merasa dihargai sebagai pelanggan oleh maxim.	18	12
2	Maxim berfokus pada kebutuhan pelanggan.	20	10
3	Layanan maxim membuat saya sulit pindah ke produsen transportasi lain.	22	8
4	Menggunakan maxim membantu saya menghemat biaya transportasi.	25	5
Persepsi kualitas layanan			
1	Maxim menawarkan pengalaman perjalanan yang berkualitas	17	13
2	Maxim memiliki fitur khusus yang membuat lebih unggul dibanding aplikasi transportasi lain	19	11
3	Maxim memenuhi standar kualitas	18	12

*Sumber: wawancara prariset, November 2024*

Berdasarkan hasil pra penelitian dalam Tabel I. 2 berdasarkan apa yang telah dilakukan oleh penulis, dapat disimpulkan bahwa terdapat dua variabel penting yang perlu mendapatkan perhatian lebih dalam rangka meningkatkan Loyalitas Pelanggan, yaitu Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan. Meskipun sebagian besar pelanggan merasakan kepuasan terhadap layanan yang disediakan oleh Maxim, masih ada beberapa aspek yang perlu diperbaiki, khususnya dalam hal kenyamanan kendaraan, harga, dan ketersediaan kendaraan.

Loyalitas Pelanggan merujuk pada kecenderungan pelanggan untuk secara konsisten membeli produk atau menggunakan layanan dari suatu perusahaan. Dalam konteks Loyalitas Pelanggan, mayoritas responden mengungkapkan ketidaksetujuan mereka terhadap anggapan bahwa mereka lebih memilih Maxim dibandingkan layanan transportasi sejenis. Dari jumlah responden, 18 orang menyatakan tidak setuju, sementara hanya 12 orang yang setuju. Selain itu, 20 responden juga tidak mempercayai Maxim ketika dihadapkan dengan isu-isu negatif, sementara hanya 10 responden yang masih memberikan kepercayaan kepada layanan tersebut. Ketika ditanya mengenai kemungkinan merekomendasikan Maxim meskipun ada kritik yang dilontarkan, sebanyak 16 responden menolak untuk merekomendasikannya, sedangkan 14 responden lainnya bersedia merekomendasikan layanan ini.

Kepuasan Pelanggan adalah konsep pemasaran yang sangat penting, baik dalam teori maupun praktik, dan menjadi tujuan utama dari setiap kegiatan bisnis. Faktor ini berperan krusial dalam membangun Loyalitas Pelanggan, meningkatkan reputasi perusahaan, serta mengurangi sensitivitas harga dan biaya transaksi di

masa mendatang. Selain itu, Kepuasan Pelanggan dapat berkontribusi pada peningkatan efisiensi dan produktivitas karyawan. Terkait dengan Kepuasan Pelanggan, hasil survei menunjukkan sebagian besar responden mengungkapkan bahwa layanan yang diberi oleh Maxim tidak memenuhi harapan mereka. Sebanyak 23 responden menyatakan ketidaksetujuan, sementara hanya 7 yang setuju. Ketika ditanya apakah Maxim menjadi pilihan pertama mereka, 20 responden tidak setuju dan hanya 10 yang setuju. Di sisi lain, 21 responden merasa bahwa mereka tidak dapat merekomendasikan Maxim, sedangkan hanya 9 yang setuju untuk merekomendasikannya.

Selanjutnya Kepercayaan Pelanggan adalah salah satu faktor utama dalam menciptakan dan mengembangkan Loyalitas Pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan wajib memberikan pelayanan yang memuaskan dan berkualitas untuk meraih kepercayaan tersebut. Namun, berdasarkan pengamatan, sebagian besar responden menilai bahwa pengemudi Maxim kurang menunjukkan sikap profesional; sebanyak 19 responden menyatakan ketidaksetujuan terhadap hal ini, sementara hanya 11 responden yang memberikan persetujuan. Selain itu, 25 responden juga tidak menganggap Maxim sebagai layanan yang selalu dapat diandalkan, dan hanya 5 responden yang sependapat. Mengenai informasi yang diberikan oleh Maxim, 22 responden merasa bahwa perusahaan tersebut tidak selalu jujur dalam memberikan perkiraan waktu kedatangan, sementara hanya 8 responden yang sebaliknya.

Hasil ini menunjukkan bahwa terdapat persepsi negatif dari pelanggan terkait loyalitas, kepuasan, dan kepercayaan terhadap Maxim. Hal ini perlu menjadi

perhatian untuk meningkatkan kualitas layanan serta membangun kepercayaan dan kepuasan pelanggan guna mendorong loyalitas Pelanggan di Kecamatan Seberang Ulu II kota Palembang. Komitmen Pelanggan dan Persepsi Kualitas Layanan terhadap Maxim di Kecamatan Seberang Ulu II telah menunjukkan hasil yang positif dan menunjukkan bahwa faktor-faktor ini tidak menjadi masalah utama. Pelanggan cenderung merasa puas dengan Kualitas layanan Maxim dan merasa dihargai sebagai pengguna layanan, yang tercermin dari hasil pernyataan seperti “saya merasa dihargai sebagai pelanggan oleh Maxim” dan “Maxim memberikan pengalaman perjalanan yang berkualitas.” Ini mencerminkan bahwa Maxim telah berhasil membangun hubungan yang baik dengan pelanggannya dan memenuhi Sebagian besar ekspektasi mereka. Komitmen Pelanggan dan Persepsi Pelanggan sudah memadai.

Banyak faktor yang memengaruhi pengalaman pelanggan saat menggunakan layanan transportasi, yang pada gilirannya memengaruhi Kepuasan Pelanggan. Maxim harus menjaga keandalan layanan, menjamin ketepatan waktu, dan meningkatkan kenyamanan kendaraan untuk meningkatkan Kepuasan Pelanggan. Peningkatan di area ini akan membantu Maxim dalam menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Lebih jauh lagi membina loyalitas jangka panjang juga sangat bergantung pada kepercayaan pelanggan. Sementara mayoritas pelanggan senang dengan kualitas layanan Maxim, beberapa mungkin tidak yakin tentang bagaimana Maxim menanggapi keluhan atau masalah yang muncul. Oleh karena itu, Maxim harus meningkatkan

responsivitas dan transparansinya saat menangani masalah untuk menjamin bahwa setiap masalah ditangani dengan cepat dan memuaskan bagi pelanggan.

Fenomena tersebut mengarah pada kesimpulan bahwa Maxim masih perlu meningkatkan sejumlah penawarannya agar dapat bersaing dengan para pesaingnya. Selain itu, saat ini belum ada standar yang memastikan informasi pengemudi yang diterapkan sesuai dengan yang ada di lokasi, dan Maxim belum bekerja sama dengan perusahaan asuransi. Kepercayaan Pelanggan pun terpengaruh oleh hal ini. Selain itu, Kepuasan Pelanggan belum sepenuhnya tercapai, dan masalah ini memengaruhi Loyalitas Pelanggan Maxim. Mengacu penjelasan yang diuraikan penelitian akan dilaksanakan dengan judul yakni **“Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Aplikasi Maxim di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang”**

#### **A. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut.

1. Apakah ada pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan aplikasi Maxim di Kecamatan Seberang Ulu II kota Palembang?
2. Apakah ada pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan aplikasi Maxim di Kecamatan Seberang Ulu II kota Palembang?
3. Apakah ada pengaruh Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan aplikasi Maxim di Kecamatan Seberang Ulu II kota Palembang?

## **B. Tujuan penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan:

1. Untuk mengetahui pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan aplikasi Maxim di Kecamatan Seberang Ulu II kota Palembang ?
2. Untuk mengetahui pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan aplikasi Maxim di Kecamatan Seberang Ulu II kota Palembang?
3. Untuk mengetahui pengaruh Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan aplikasi Maxim di Kecamatan Seberang Ulu II kota Palembang.

## **C. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1. Bagi peneliti  
penelitian ini diharapkan dapat memberikan peluang bagi peneliti untuk mengaplikasikan teori-teori yang telah dipelajari selama perkuliahan, khususnya dalam bidang pemasaran.
2. Bagi lokasi penelitian  
Membantu meningkatkan strategi layanan, mengidentifikasi kelemahan, dan memperkuat loyalitas pelanggan untuk bersaing lebih baik dipasar.
3. Bagi Almamater  
menjadi salah satu sumber referensi untuk penelitian selanjutnya, khususnya penelitian yang memiliki topik yang sama dan penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhinda, E. G., Arief, M. Y., & Soeliha, S. (2022). Harga Dan Suasana Toko (Store Atmosphere) Dalam Menentukan Kepuasan Konsumen Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Coffee Shop Titik Kumpul Capore Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship*
- Afifi, & Amini. (2021). Factors Affecting Relationship Marketing In Creating Customer Loyalty In The Hospital Services Business. *ASEAN Marketing Journal*
- Ajeng, A. Fauziah Mufidah. (2022). *Hubungan Antara Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pengguna Gojek di Solo*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Asiati, Isnaini, D. (2022). *Pedoman Penulisan Usulan Penelitian dan Skripsi*.
- Asiati, D. D. I. (2019). *Metodologi Penelitian bisnis*.
- Delima, Putri, R., & Trianita. (2018). *Pengaruh Kepercayaan Konsumen dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen Pengguna Maxim di Kota Padang*.
- Destrina, Aulia, A. (2023). Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan Gocar di Kota Surabaya. In *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam: Vol. VIII* (Issue I).
- Fiddiyana, D. (2016). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Belanja Online di Martabak & Terang Bulan Radja Surabaya Dina. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 1–23.
- Hasan, Iqbal, H. (2017). *Statistik2*.
- Haya Maharani Lubis, Netti Nurlenawat, & Dexi Triadinda. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Dompot Digital ShopeePay. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(9), 6108–6124.
- Indrawati, P. (2021). Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas wali santri di Unit Pendidikan Formal Pondok Pesantren Riyadlul Jannah Pacet Mojokerto. *JEBDEER: Journal of Entrepreneurship, Business Development and Economic Educations Research*, 3(2), 71–82.

- Kolonio, J., & Soepono, D. (2019). Pengaruh Service Quality, Trust, dan Customer Satisfaction terhadap Customer Loyalty pada CV. Sarana Marine Fiberglass. *Jurnal EMBA*, 7(1), 831–840.
- Maharani, O. S., & Wijayanti, R. F. (2021). Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, Vol.7, No., 1.
- Nabela, S. (2022). *The Effect of Brand Love, Product Quality and Customer Relationship Management on Customer Loyalty to Consumers of Oriflame Products in Jepara*. Iain Kudus.
- Nigrum, Firtia, N. (2020). *Pengaruh Disiplin dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan PT Bina Sawit Makmur Mesuji Ogan Ilir*. Universitas Muhammadiyah Palembang Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
- Pertiwi, A. B., Ali, H., & Sumantyo, F. D. S. (2022). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan; Analisis Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan (Literature Revie Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(6), 582–591.
- Pratama, I. G. A., Susanti, P. H., & Purwaningrat, P. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi di PT. Sejahtera Indobali Trada Benoa). *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 1(4), 1388–1397.
- Prihatina, R. (2023). *Customer Satisfaction Kepuasan Pengguna Layanan*. Kementrian Keuangan.
- Puspita, D. (2023). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Grab (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis)*. 2(2), 97–110.
- Putra, R. (2021). Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(4), 516–524.
- Putri, R. N., Dharta, Y., & Yusup, E. (2024). Journal of Communication and Islamic Broadcasting Pengaruh Rebranding terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi terhadap Rebranding Aplikasi Gojek). *Journal of Communication and Islamic Broadcasting*
- Rafiah, K. K. (2019). Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Berbelanja melalui E-commerce di Indonesia. *Al Tijarah*, 5(1), 46.

- Ridwan, Maryam, S. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Pondok Gede. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 4(2), 361–366.
- Santina, R. O., Hayati, F., & Oktariana, R. (2021). Analisis Peran Orangtua Dalam Mengatasi Perilaku Sibling Rivalry Anak Usia Dini. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung:Alfabeta.
- Sugiyono. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung:Alfabeta.
- Wicaksono, D. A. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan (Suatu Kajian Teoritis). *Ulil Albab : Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(3), 505–509.