

**Analisis Kepuasan Pengguna Layanan *Ride Hailing* Maxim di
Jabodetabek**

David Saputra Barasa

1702520026



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

Skripsi ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar

Sarjana Terapan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

PROGRAM PEMASARAN DIGITAL PROGRAM SARJANA TERAPAN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2024

**User Satisfaction Analysis of Maxim's Ride Hailing Service in
Jabodetabek**

David Saputra Barasa

1702520026



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**This thesis was written to meet one of the requirements for obtaining an Applied
Bachelor's degree from the Faculty of Economics, State University of Jakarta
APPLIED UNDERGRADUATE PROGRAM DIGITAL MARKETING PROGRAM
FACULTY OF ECONOMICS**

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2024


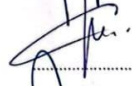



LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D
NIP. 197002122008121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Ika Febrilia, S.E., M.M NIP. 198702092015042001 (Ketua Peguji)		8 Agustus 2024
2	Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., M.S.M NIP. 199308272020122024 (Penguji 1)		8 Agustus 2024
3	Andi Muhammad Sadat, S.E., M.Si., Ph.D NIP. 19741221200812001 (Penguji 2)		8 Agustus 2024
4	Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M NIP. 197206272006041001 (Pembimbing 1)		8 Agustus 2024
5	Dr. Terrylina Arvinta Monoarfa, S.E., M.M. NIP: 199308272020122024 (Pembimbing 2)		8 Agustus 2024

Nama : David Saputra Barasa
No. Registrasi : 1702520026
Program Studi : D4 Pemasaran Digital
Tanggal Lulus : 30 Juli 2024

LEMBAR ORISINALITAS

LEMBAR ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya ilmiah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 9 Agustus 2024

Yang Membuat Pernyataan



David Saputra Barasa

ABSTRAK

David Saputra Barasa, 2024; Analisis Kepuasan Pengguna Layanan *Ride Hailing* Maxim di Jabodetabek. Skripsi, Jakarta: Program Studi D4 Pemasaran Digital, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta

Maxim adalah salah satu perusahaan layanan ride-hailing paling populer di Indonesia dengan jumlah pengunduh di playstore dibandingkan aplikasi ride-hailing lainnya. Dengan memperhatikan kualitas layanan dan harga sebagai bentuk mempertahankan kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan pengguna layanan ride-hailing Maxim di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi (Jabodetabek). Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi dalam penelitian ini terdiri dari individu yang pernah menggunakan layanan ride-hailing Maxim. Sampel diambil dengan teknik purposive sampling non-probability, dan data dikumpulkan melalui kuesioner online melalui Google Form yang disebar dalam penelitian ini adalah 122 responden yang memenuhi kriteria. Berdomisili di Jabodetabek, berusia 17-35 tahun keatas, dan merupakan pengguna Tokopedia. Uji validitas dan uji reliabilitas untuk menguji instrumen penelitian. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif untuk mendeskripsikan data dan analisis *Customer Satisfaction Index (CSI)* untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang membentuk kepuasan pelanggan. Dimensi yang digunakan adalah performance, ekonomi, perceived of usefulness dan ease of use. Adapun kesimpulan penelitian ini hasil analisis *Customer Satisfaction Index (CSI)* telah mengidentifikasi faktor yang membentuk kepuasan pelanggan pengguna layanan Maxim yaitu performance, ekonomi, perceived of usefulness dan ease of use.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan, Maxim, *Customer Satisfaction Index*

ABSTRACT

David Saputra Barasa, 2024; Analysis of User Satisfaction of Maxim Ride Hailing Service in Greater Jakarta. Thesis, Jakarta: Digital Marketing D4 Study Program, Faculty of Economics, State University of Jakarta

Maxim is one of the most popular ride-hailing service companies in Indonesia, with the highest number of downloads on the Play Store compared to other ride-hailing apps. By paying attention to service quality and price as a way to maintain customer satisfaction, this research aims to identify factors that can increase customer satisfaction among Maxim ride-hailing service users in the Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, and Bekasi (Jabodetabek) area. A quantitative research approach using a survey method was employed. The population in this study consisted of individuals who have used Maxim's ride-hailing services. Samples were taken using non-probability purposive sampling, and data was collected through online questionnaires via Google Forms. A total of 122 respondents who met the criteria participated in this study. The respondents were domiciled in Jabodetabek, aged 17-35 years and above, and were Tokopedia users. Validity and reliability tests were conducted to test the research instrument. The analytical techniques used were descriptive analysis to describe the data and Customer Satisfaction Index (CSI) analysis to identify the factors that shape customer satisfaction. The dimensions used were performance, economy, perceived usefulness, and ease of use. The conclusion of this study is that the Customer Satisfaction Index (CSI) analysis has identified the factors that shape customer satisfaction among Maxim service users, namely performance, economy, perceived usefulness, and ease of use.

Keywords: Customer Satisfaction, Maxim, Customer Satisfaction Index

LEMBAR PERSEMBAHAN

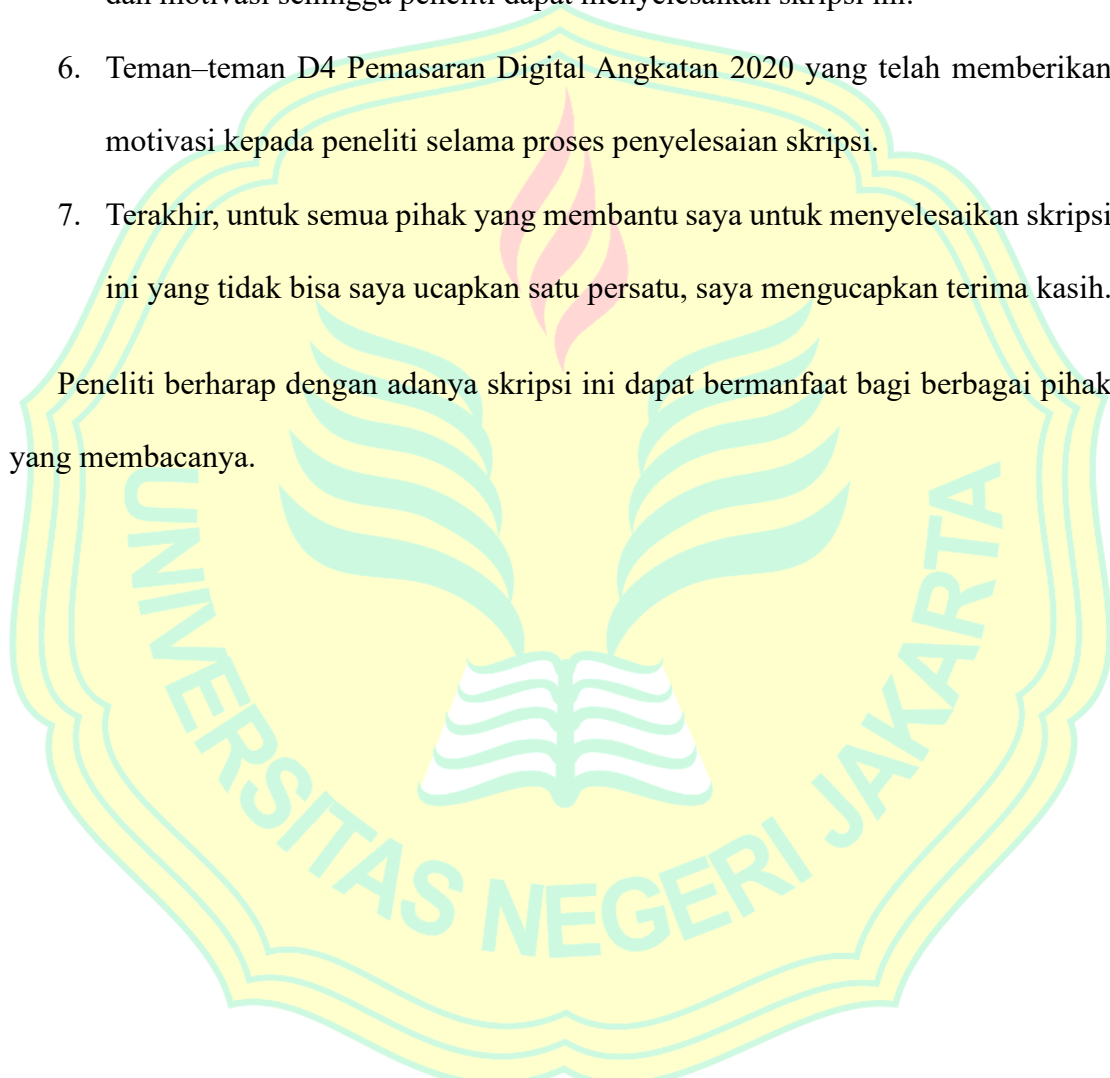
Puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat Menyusun dan menyelesaikan dengan baik skripsi yang berjudul “Analisis Kepuasan Pelanggan Pengguna Layanan *Ride Hailing* Maxim di Jabodetabek”. Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Pemasaran Digital, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Dalam proses penulisan skripsi ini, peneliti mendapat dukungan dan saran dari berbagai pihak yang membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, pada lembar persembahan ini peneliti berterima kasih kepada:

1. Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
2. Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D selaku Koordinator Program Studi Pemasaran Digital, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
3. Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M M dan Dr. Terrylina Arvinta Monoarfa, S.E., M M. selaku dosen pembimbing yang membantu memberikan saran, bimbingan dan motivasi sehingga peneliti mampu menyelesaikan penulisan skripsi dengan baik
4. Dosen-dosen Program Studi Pemasaran Digital Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu serta memberi pengarahan dalam studi yang peneliti tempuh, serta Staf program Fakultas Ekonomi Universitas

Negeri Jakarta yang telah membantu dalam proses administrasi dan pemberkasan.

5. Kedua orang tua peneliti, yang tak henti-hentinya memberikan doa, dukungan, dan motivasi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Teman-teman D4 Pemasaran Digital Angkatan 2020 yang telah memberikan motivasi kepada peneliti selama proses penyelesaian skripsi.
7. Terakhir, untuk semua pihak yang membantu saya untuk menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa saya ucapkan satu persatu, saya mengucapkan terima kasih.

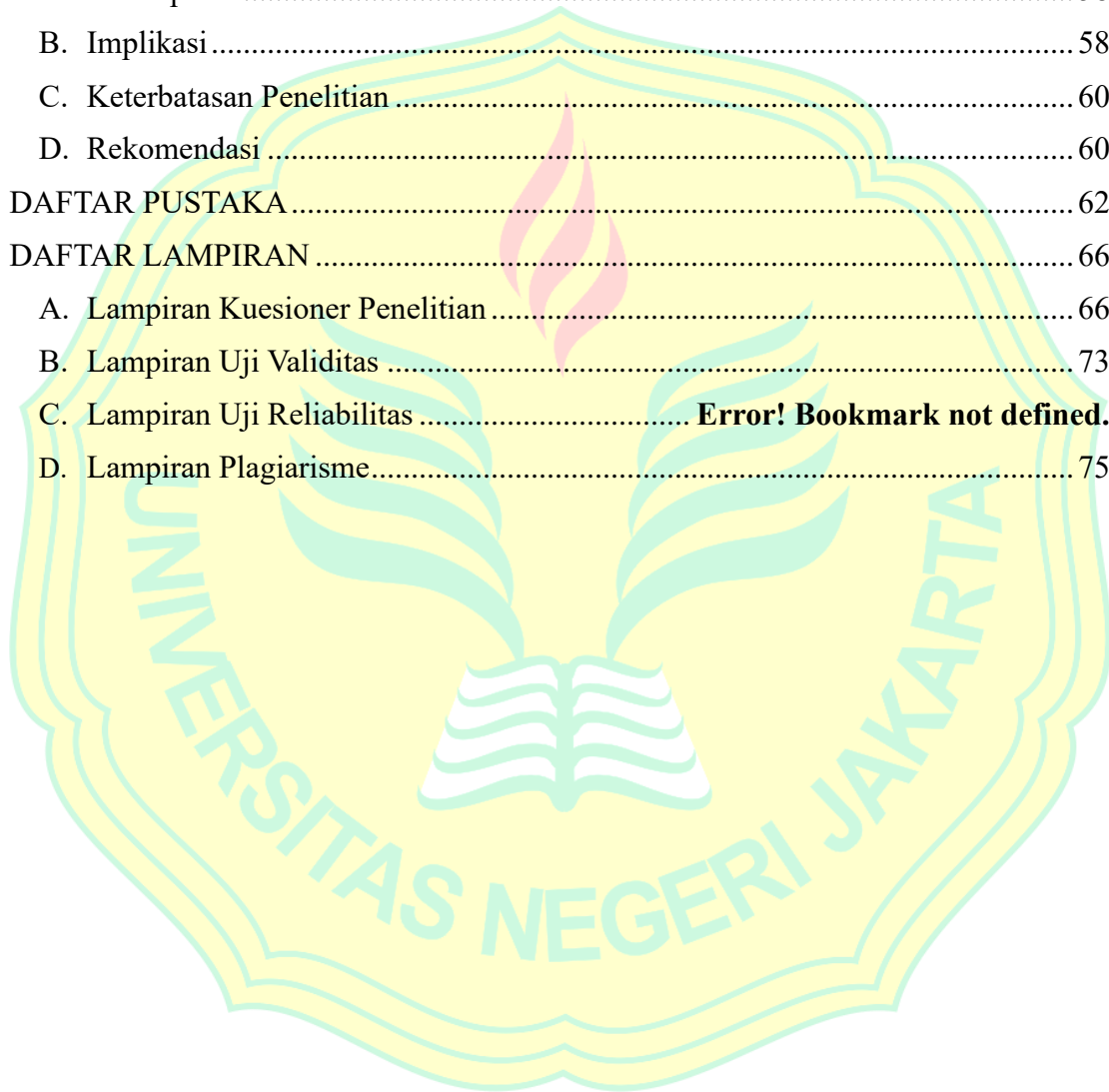
Peneliti berharap dengan adanya skripsi ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak yang membacanya.



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR ORISINALITAS.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACK.....	vi
LEMBAR PERSEMBAHAN.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Pertanyaan Penelitian.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	11
A. Kepuasan Pelanggan.....	11
B. Penelitian Terdahulu.....	16
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	25
B. Desain Penelitian.....	25
C. Populasi dan Sampel.....	26
D. Teknik Pengumpulan Data.....	29
E. Definisi Operasional Variabel.....	30
F. Instrumen Penelitian.....	30
G. Teknik Analisis Data.....	32
H. Uji Kualitas Data.....	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38

A. Deskriptif Data	38
B. Uji Intrumen Data.....	43
C. Hasil Data Penelitian	45
BAB V PENUTUP	58
A. Kesimpulan.....	58
B. Implikasi	58
C. Keterbatasan Penelitian	60
D. Rekomendasi	60
DAFTAR PUSTAKA	62
DAFTAR LAMPIRAN	66
A. Lampiran Kuesioner Penelitian	66
B. Lampiran Uji Validitas	73
C. Lampiran Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
D. Lampiran Plagiarisme.....	75



DAFTAR TABEL

Tabel 2 1 Tabel Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3. 1 Pertanyaan Kuesioner.....	30
Tabel 3. 2 Skala Jawaban Kuesioner.....	32
Tabel 3. 3 Tingkat Kepuasan Pelanggan	35
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	39
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	40
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	41
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	42
Tabel 4. 6 Uji Hasil Validitas	43
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kepuasan	45
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan	45
Tabel 4. 9 Deskriptif Dimensi Performance Pada Tingkat Kepuasan	45
Tabel 4. 10 Deskriptif Dimensi Ekonomi Pada Tingkat Kepuasan	46
Tabel 4.11 Deskriptif Dimensi Perceived of Usefulness Pada Tingkat Kepuasan.....	47
Tabel 4. 12 Deskriptif Dimensi Ease of Use Pada Tingkat Kepuasan	49
Tabel 4. 13 Deskriptif Dimensi Performance Pada Tingkat Kepentingan	50
Tabel 4. 14 Deskriptif Dimensi Ekonomi Pada Tingkat Kepentingan	50
Tabel 4. 15 Deskriptif Dimensi Perceived of Usefulness Pada Tingkat Kepentingan	51
Tabel 4. 16 Deskriptif Dimensi Ease of Use Pada Tingkat Kepentingan.....	53
Tabel 4. 17 Hasil Uji Costumer Satisfaction Index.....	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Data Pengguna Internet di Indonesia Januari 2013 – 2023 2



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pernyataan Kuesioner	69
Lampiran 2 Lampiran Uji Validitas.....	73
Lampiran 3 Uji Reliabilitas.....	74
Lampiran 4 Uji Plagiarisme	75

