

**ANALISIS PERBANDINGAN KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN
JASA OJEK ONLINE MAXIM DAN INDRIVE (STUDY PADA MAHASISWA JURUSAN
MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNSRAT)**

*COMPARATIVE ANALYSIS OF SERVICE QUALITY AND CUSTOMER SATISFACTION OF
ONLINE OJEK SERVICES MAXIM AND INDRIVE (STUDY ON STUDENTS OF MANAGEMENT
DEPARTMENT OF FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS UNSRAT.*

Oleh:

Verren T. Nangkoda¹
Willem. J.F.A. Tambuan²
Raymond Ch. Kawet³

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Sam Ratulangi

E-mail:

¹ verentsabita98@gmail.com

² alfa.tumbuan@unsrat.ac.id

³ raymondkawet@gmail.com

Abstrak: Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara kualitas pelayanan antara Maxim dan Indrive. Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian riset komparatif. Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unsrat pelanggan pengguna Maxim dan Indrive, Responden dalam penelitian ini adalah konsumen Mahasiswa yang berusia 17-45 tahun ke atas yang telah menggunakan layanan transportasi Indrive dan Maxim Sampel, Dalam hal ini penulis menggunakan statistik deskriptif karena untuk menarik kesimpulan pada data penelitian mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unsrat pelanggan pengguna Maxim dan Indrive. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan kualitas pelayanan antara Maxim dengan Indrive. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa kepuasan Mahasiswa yang ada di Indrive lebih tinggi dibandingkan dengan kepuasan Mahasiswa pada Maxim. Namun dalam hasil penelitian ini perbedaan tersebut tidak jauh berbeda.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

Abstract: The purpose of this study is to find out whether there is a significant difference between service quality between Maxim and Indrive. This study uses a type of comparative research research. The population taken in this study is all students of the Department of Management, Faculty of Economics and Business, Unsrat, customers of Maxim and Indrive users, respondents in this study are consumers of students aged 17-45 years and over who have used Indrive and Maxim transportation services. Sample. In this case, the author uses descriptive statistics because to draw conclusions on research data regarding the quality of service and satisfaction of students majoring in Management Faculty of Economics and Business Unsrat customers using Maxim and Indrive. The results showed that there is a difference in service quality between Maxim and Indrive. This difference shows that student satisfaction in Indrive is higher than student satisfaction in Maxim. But in the results of this study the difference is not much different.

Keywords: Quality of Service, Customer Satisfaction.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Era globalisasi saat ini perkembangan teknologi dan informasi mengalami pertumbuhan yang luar biasa yang tidak bisa dipungkiri bahwa setiap tahunnya teknologi tanpa disadari mengalami perubahan dan terus

bertambah dan berkembang menjadi lebih baik lagi. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang sekarang telah dicapai benar-benar telah diakui dan memberikan banyak kemudahan dan kenyamanan bagi kehidupan manusia di era serba modern saat ini. Peran teknologi informasi dan komunikasi dalam kehidupan sehari-hari tentunya sangat berpengaruh. Hal ini sering terjadi dari aktivitas yang dilakukan dengan teknologi informasi yang memudahkan suatu pekerjaan yang lebih cepat, mudah, dan menghemat waktu. Di zaman sekarang ini, transportasi merupakan sarana yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat luas untuk menjalani aktivitasnya sehari-hari seperti bersekolah, bekerja, jalan-jalan dan lain-lainnya, karena dengan adanya transportasi masyarakat jadi lebih mudah untuk mencapai suatu tempat yang hendak dituju. Seperti yang diketahui bahwa pada umumnya transportasi ada tiga macam yaitu darat, laut dan udara. Transportasi darat terdiri dari mobil pribadi, motor, bus, kereta dan sepeda. Transportasi laut yakni ada kapal dan transportasi udara yaitu pesawat.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Musdalifah & Noor (2019) menyatakan bahwa transportasi yang sering digunakan adalah sepeda motor, hal ini dikarenakan sepeda motor dapat digunakan untuk mengangkut orang atau barang dan memiliki biaya yang cukup terjangkau. Moda transportasi ini dikenal dengan nama ojek. Transportasi ojek itu sendiri dibagi menjadi dua yaitu transportasi ojek pangkalan dan transportasi ojek online. Seperti yang diketahui bahwa ojek pangkalan lebih sering menawarkan penumpangnya untuk memakai jasa mereka agar bisa membantu penumpang tersebut mencapai tujuan yang akan dituju. Ojek pangkalan masih melakukan aksi tawar-menawar kepada calon penumpang. Sedangkan ojek online harus mematuhi aturan yang telah ditentukan dan memiliki kepastian dari segi jarak tempuh, pelayanan dan asuransi. Jika dibandingkan dari ojek online dilihat dari segi kualitas pelayanannya ojek online tersebut menawarkan pelayanan yang lebih seperti memberikan fasilitas yakni memberikan masker, penutup kepala, pembatas jarak antara pengemudi dengan penumpang.

Belakangan ini banyak masyarakat yang sebelumnya menggunakan transportasi umum kini beralih ke transportasi online. Semua kemudahan dan kenyamanan yang diberikan oleh transportasi online menimbulkan kegaduhan antara jasa angkutan umum dan online. Saat ini di Indonesia telah ada beberapa penyedia aplikasi untuk memesan kendaraan yakni Maxim dan Indrive, dimana yang sering dan banyak dipakai oleh masyarakat adalah Maxim-Bike dan Indrive-Ride. Sebagai perusahaan yang sedang berkembang pesat saat ini, Maxim dan Indrive seringkali meningkatkan pelayanan dengan cara memberikan promosi potongan atau biasa disebut diskon dengan menggunakan kode promo atau voucher jika konsumennya hendak melakukan layanan jasa transportasi melalui aplikasinya. Namun seiring berjalannya waktu Maxim dan Indrive kini bersaing dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Penting bagi perusahaan ojek online untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan dan memperhatikan kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dilakukan melalui pengawasan dan pengembangan sistem, pelatihan pengemudi, pengumpulan umpan balik pelanggan, serta penggunaan teknologi dan inovasi untuk meningkatkan pengalaman pengguna. Bagi para mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Unsrat penggunaan transportasi online seperti Maxim-Bike dan Indrive-Bike mempermudah aktivitas mahasiswa untuk pergi ke tempat perkuliahan. Tetapi sebelum melakukan pemesanan transportasi online, biasanya mahasiswa melakukan perbandingan antara transportasi Maxim dan Indrive untuk melihat promo yang diberikan yang menarik minat konsumen, untuk melihat kecepatan driver mana yang lebih dekat untuk sampai ke tempat tujuan, pelayanan mana yang lebih memuaskan diantara kedua transportasi tersebut dan transportasi mana yang selalu tersedia pada saat dibutuhkan.

Indrive juga menyiapkan pembersihan mobil di berbagai kota untuk menyanitasi IndriveBike dan IndriveCar. Indrive telah meminta semua mitra pengiriman untuk mengenakan masker, menggunakan pembersih tangan yang disediakan oleh merchant, dan mematuhi langkah-langkah kesehatan dan keselamatan di tempat merchant. Berdasarkan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Maxim pun tidak kalah jauh berbeda dari Indrive. Selama pandemi, Maxim menjalankan berbagai inisiatif berkaitan dengan perlindungan penumpang maupun mitra pengemudi. Salah satunya adalah inisiatif Jaga Kebersihan, Kesehatan, dan Keamanan, yang menjadi standar protokol kesehatan untuk layanan Maxim-Ride dan Maxim-Car. Maxim juga mengharuskan driver-drivernya untuk wajib memakai alat pelindung untuk protokol Covid-19. Hal itu dilakukan untuk menjaga kesehatan, kebersihan, serta keamanan para pengguna dan mitra pengemudi. Inisiatif tersebut disambut baik oleh para mitra pengemudi. Mereka secara rutin untuk mengecek suhu tubuh serta mendisinfeksi kendaraan.

Pelayanan dan kepuasan pelanggan dalam industri ojek online, seperti Maxim dan Indrive, adalah topik yang sangat relevan dalam konteks bisnis dan perkembangan teknologi saat ini. Pada dasarnya, pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan dua aspek kunci yang dapat menentukan keberhasilan sebuah perusahaan dalam jangka Panjang. Dari uraian permasalahan di atas, terlihat bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan mempunyai peranan yang sangat penting untuk konsumen dalam menentukan pilihan pemakaian sebuah jasa.

Tanpa adanya pelayanan yang bermutu dan berkelanjutan, perusahaan transportasi online sulit untuk dapat mampu bersaing dalam perusahaan sejenis. Berdasarkan dengan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada konsemen Indrive dan Maxim Bagi para mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Unsrat. Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian tentang “Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek Online Maxim Dan Indrive (Study Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unsrat)”

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara kualitas pelayanan antara Maxim dan Indrive
2. Untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara kepuasan konsumen antara Maxim dan Indrive

TINJAUAN PUSTAKA

Jasa

Menurut Sembiring (2019:45) “Jasa adalah sesuatu yang tidak berwujud dimana tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. Dalam produksinya, jasa bisa dan bisa juga tidak terikat pada suatu produk fisik”.

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2019:61) Kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Fatihudin dan Firmansyah (2019:206) kepuasan pelanggan adalah pengukuran atau indikator sejauh mana pelanggan atau pengguna produk perusahaan atau jasa sangat senang dengan produk-produk atau jasa yang diterima, kepuasan pelanggan adalah perbandingan antara harapan terhadap persepsi pengalaman (dirasakan/diterima).

Penelitian Terdahulu

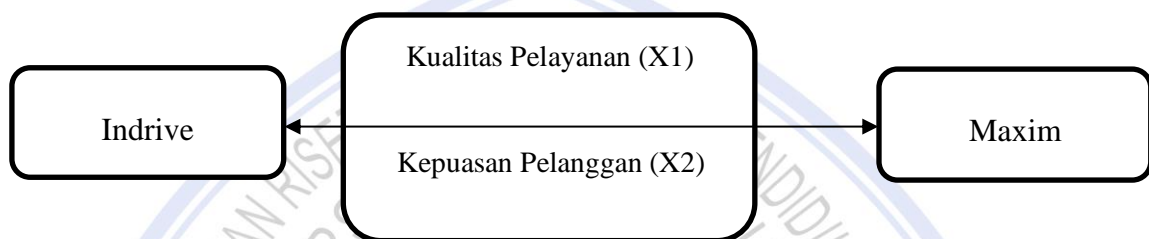
Penelitian Musdalifah & Noor (2019) Tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi online GO-JEK di wilayah sekitaran kecamatan Sungai Kunjang Provinsi Kalimantan Timur dengan responden sebanyak 109 orang. Data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan menyebarkan kuisioner terhadap pengguna jasa transportasi online GO-JEK. Penelitian ini menggunakan dua variabel bebas yaitu kualitas pelayanan dan harga dimana kualitas pelayanan diukur menggunakan lima indikator dan harga diukur menggunakan tiga indikator. Sedangkan variabel terikat kepuasan pelanggan diukur dengan menggunakan berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan menunjukkan bahwa adanya pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan baik ketika diuji secara simultan dan parsial. Namun dari kedua variabel bebas ini yang dominan berpengaruh adalah kualitas pelayanan. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan seiring berjalan dengan harga mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Penelitian Aprilia & Amalia (2019) Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan jasa transportasi online terhadap loyalitas pelanggan secara langsung dan tidak langsung. Metoda penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Populasi yang digunakan adalah mahasiswa di Kota Medan. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode Non-Probability Accidental Sampling dengan kriteria responden adalah mahasiswa Kota Medan dan responden yang pernah menggunakan layanan transportasi online setidaknya paling sedikit dua kali. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 120 responden. Data dikumpulkan dan kemudian dianalisis menggunakan analisis jalur dengan tingkat signifikansi 5% menggunakan software Lisrel versi 8.8. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif langsung terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi online, selain itu kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan juga memiliki efek positif langsung pada loyalitas pelanggan jasa transportasi online. Sedangkan kepuasan pelanggan tidak dapat memediasi hubungan

antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan, saran yang diberikan bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian yang lebih luas.

Penelitian Indra (2019) Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh kualitas pelayanan, harga dan customer value terhadap kepuasan pelanggan transportasi online GrabCar. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik purposive sampling. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda dan testing asumsi klasik. Pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi berganda dengan nilai signifikansi $\alpha = 5\%$ (0,05). Hasil penelitian ini didapatkan temuan sebagai berikut: (1) Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap customer value. (2) Harga berpengaruh secara signifikan terhadap customer value. (3) Customer Value berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan transportasi online GrabCar. (4) Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan transportasi online GrabCar. (5) Harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan transportasi online GrabCar. (6) Kualitas pelayanan, harga, dan customer value berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan transportasi online GrabCar.

Model Penelitian



Gambar 1. Model Penelitian

Sumber: Data Olahan 2023.

Hipotesis

- H1: Tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara kualitas pelayanan Maxim dan Indrive.
- H2: Terdapat perbedaan yang signifikan antara kualitas pelayanan Maxim dan Indrive
- H3: Tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara kepuasan konsumen Maxim dan Indrive
- H4: Terdapat perbedaan yang signifikan antara kepuasan konsumen Maxim dan Indrive

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian riset komparatif. Riset komparatif adalah riset yang membandingkan sampel yang satu dengan sampel yang lain, baik sampel independen (bebas) maupun sampel yang berpasangan.

Populasi, Besaran Sampel dan Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2021), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unsrat pelanggan pengguna Maxim dan Indrive. Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penentuan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik sampling dalam penelitian ini adalah teknik *nonprobability* sampling dengan metode purposive sampling dimana teknik ini merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Kemudian purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan menggunakan pertimbangan dan persyaratan tertentu. Adapun yang menjadi pertimbangan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yakni sebagai berikut: Responden dalam penelitian ini adalah konsumen Mahasiswa yang berusia 17-45 tahun ke atas yang telah menggunakan layanan transportasi Indrive dan Maxim Sampel.

Teknik Analisis

Menurut Sugiyono (2019) Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya, atau nyata tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Dalam hal ini penulis menggunakan statistik deskriptif karena untuk menarik kesimpulan pada data penelitian mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unsrat pelanggan pengguna Maxim dan Indrive.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**Hasil Penelitian****Tabel 1. Hasil Uji Validitas Mahasiswa Pengguna Indrive**

Variabel	Item pernyataan	Corrected Item-Total Correlation	r tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan X1	B1	0.494	0,1654	Valid
	B2	0.614	0,1654	Valid
	B3	0.546	0,1654	Valid
	B4	0.632	0,1654	Valid
	C1	0.699	0,1654	Valid
	C2	0.646	0,1654	Valid
	C3	0.469	0,1654	Valid
	C4	0.506	0,1654	Valid
	D1	0.578	0,1654	Valid
	D2	0.512	0,1654	Valid
	D3	0.672	0,1654	Valid
	E1	0.461	0,1654	Valid
	E2	0.717	0,1654	Valid
	E3	0.206	0,1654	Valid
	D1	0.463	0,1654	Valid
	D2	0.35	0,1654	Valid
	D3	0.225	0,1654	Valid
Kepuasan Pelanggan X2	E1	0.325	0,1654	Valid
	E2	0.329	0,1654	Valid
	E3	0.26	0,1654	Valid
	E4	0.215	0,1654	Valid
	E5	0.482	0,1654	Valid
	E6	0.325	0,1654	Valid
	F1	0.428	0,1654	Valid
	F2	0.283	0,1654	Valid
	F3	0.482	0,1654	Valid
	F4	0.335	0,1654	Valid
	G1	0.384	0,1654	Valid
	G2	0.476	0,1654	Valid
	G3	0.356	0,1654	Valid
	G4	0.257	0,1654	Valid
	H1	0.242	0,1654	Valid
	H2	0.332	0,1654	Valid
	I1	0.288	0,1654	Valid
	J1	0.237	0,1654	Valid

Sumber: Data Olahan 2022.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Mahasiswa Pengguna Maxim

Variabel	Item pernyataan	Corrected Item-Total Correlation	r tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan X1	B1	0.494	0,1654	Valid
	B2	0.614	0,1654	Valid
	B3	0.546	0,1654	Valid
	B4	0.632	0,1654	Valid
	C1	0.699	0,1654	Valid
	C2	0.646	0,1654	Valid
	C3	0.469	0,1654	Valid
	C4	0.506	0,1654	Valid
	D1	0.578	0,1654	Valid
	D2	0.512	0,1654	Valid
Kepuasan Pelanggan X2	D3	0.672	0,1654	Valid
	E1	0.461	0,1654	Valid
	E2	0.717	0,1654	Valid
	E3	0.64	0,1654	Valid
	E4	0.51	0,1654	Valid
	E5	0.57	0,1654	Valid
	E6	0.646	0,1654	Valid
	F1	0.621	0,1654	Valid
	F2	0.598	0,1654	Valid
	F3	0.71	0,1654	Valid
	F4	0.682	0,1654	Valid
	G1	0.723	0,1654	Valid
	G2	0.591	0,1654	Valid
	G3	0.581	0,1654	Valid
	G4	0.695	0,1654	Valid
	H1	0.703	0,1654	Valid
	H2	0.685	0,1654	Valid
	I1	0.747	0,1654	Valid
	J1	0.755	0,1654	Valid

Sumber: Data Olahan 2022.

Uji Reliabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas pada Indrive dan Maxim

Jenis Layanan	N of items	Cronbach alpha	Keterangan
Indrive	32 Item Pernyataan	0,823	Reliabel
Maxim	29 Item Pernyataan	0,952	Reliabel

Sumber: Data Olahan 2022.

Menunjukkan bahwa terdapat 32 item pernyataan pada skala pengukuran di Indrive dan setelah melakukan uji validitas kemudian reliabilitas dan nilai pada Cronbach alpha sebesar 0,823 yang artinya reliabel karena Cronbach alpha bernilai $= 0,823 > 0,60$. Begitu juga halnya pada Maxim yang terdapat 29 item pernyataan dengan nilai Cronbach alpha 0,952 dan nilainya $> 0,60$ sehingga dapat dikatakan bahwa nilainya reliabel.

Uji Normalitas**Tabel 4. Hasil One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Total
N		100
Normal Parameters	Mean	137.64
Ab	Std. Deviation	8.93582
Most Extreme	Absolute	0.076
Differences	Positive	0.045
	Negative	-0.076
Test Statistic		0.076
Asymp. Sig.		0.166c

Sumber: Data Olahan 2022.

Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai signifikansi yakni sebesar 0.166 yang lebih besar dari nilai signifikansi 0.05 hal tersebut menunjukkan data telah terdistribusi normal.

Independent T-Test Sampel

Dalam uji ini data Maxim dengan Indrive yang telah terdistribusi normal, kemudian di uji menggunakan analisis statistik kuantitatif dengan uji independent t sampel dan hasilnya dapat dilihat melalui tabel di bawah ini.

Pembahasan**Perbedaan Kualitas Pelayanan Maxim dan Indrive**

Berdasarkan hasil Uji *Independent t Sampel* pada penelitian ini menunjukkan Hipotesis pertama pada variabel kualitas pelayanan (X_1) telah menunjukkan adanya perbedaan kualitas pelayanan pada Maxim dengan Indrive, yang telah dibuktikan dengan hasil uji *independent t sampel* dengan memiliki jumlah nilai Sig/ P Value = 0.002 yang artinya lebih rendah dari 5%. Sehingga hipotesis dapat dikatakan diterima atau terdapat perbedaan ketika memiliki jumlah yang lebih rendah dari 0,005 atau 5%.

Selanjutnya dalam *Group Statistic* variabel kualitas pelayanan ini memperoleh mean atau nilai rata-rata pada Indrive dengan jumlah 4.2754, sedangkan nilai mean atau rata-rata pada Maxim adalah 4.3148. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kualitas pelayanan pada Maxim dapat dikatakan lebih tinggi dibandingkan dengan kualitas pelayanan pada Indrive. Namun dalam hasil penelitian ini menunjukkan perbedaan nilai rata-rata yang tidak jauh berbeda.

Tabel 7. Nilai Rata-Rata Pada Item Kualitas Pelayanan Maxim dan Indrive

No.	Uraian	Indrive	Maxim
1	Compliance	12.85	12.1
2	Assurance	17.22	17.45
3	Reliability	17.12	17.1
4	Tangible	12.86	12.91
5	Empathy	25.08	25.69
6	Responsiveness	17.45	17.46

Sumber: Data Olahan 2022.

Berdasarkan tabel diatas dalam penelitian ini kedua objek sama- sama memiliki keunggulan tersendiri bukan hanya di Maxim meskipun Maxim lebih tinggi dalam penelitian ini terkait kualitas pelayanan dibandingkan dengan Indrive. Akan tetapi Indrive Juga memiliki keunggulan tersendiri. Adapun keunggulan Maxim terdapat pada dimensi assurance, tangible, empathy dan responsiveness. dibandingkan dengan Indrive. Dalam hal ini pada dimensi assurance terdapat item pernyataan karyawan sopan dan ramah, pihak memberikan konsultasi keuangan dan memberikan saran produk terbaik kepada Mahasiswa. Kemudian pada dimensi empathy terdapat item pernyataan terkait lokasi yang mudah dijangkau karena memiliki kantor cabang maupun unit yang sudah tersebar luas di Indonesia dan berada juga di daerah-daerah yang tidak terdapat kantor maupun bangunan kantor Indrive. Kemudian Maxim dikenal luas dan mempunyai reputasi serta image yang baik dimata masyarakat. Adapun keunggulan Indrive dapat dilihat pada Item Dimensi Compliance dan reliability yang menunjukkan bahwa tingkat pernyataan Mahasiswa terkait item pada dimensi kesesuaian syariah sudah tinggi dan Mahasiswa sudah percaya dan mengetahui tentang transaksi Indrive yang bebas bunga dan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Indrive

unggul pada item pernyataan kemudahan mendapatkan pelayanan dan pelayanan tepat waktu pada dimensi reliability.

Oleh karena itu setelah di analisis hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dalam menggunakan indikator pengukuran yang berbeda yakni metode *CARTER* dan *SERVQUAL* dengan memiliki jumlah dimensi dan item pernyataan yang berbeda tidak mempengaruhi tinggi rendahnya suatu hasil penelitian dalam kualitas pelayanan. karena sesuai dengan penelitian diatas Indrive yang memiliki 6 dimensi pengukuran dengan jumlah 24 item pernyataan tidak lebih unggul dibandingkan dengan Maxim yang memiliki 5 dimensi pengukuran dengan jumlah 21 item pernyataan.

PerbedaankepuasanMahasiswapada Maximdan Indrive

Berdasarkan hasil uji independent t sampel pada penelitian ini menunjukkan bahwa telah terdapat perbedaan kepuasan Mahasiswa pada Maxim dengan Indrive. Kemudian telah dibuktikan dengan nilai Sig/ P Valuenya sebesar: 0.000 yang artinya lebih rendah dari 5%. Oleh karena itu ketika hipotesis dikatakan diterima atau terdapat perbedaan ketika memiliki jumlah yang lebih rendah dari 0,005 atau 5%.

SelanjutnyadalamGroupStatisticvariabelkepuasanpelanggan memperolehmeanataurataratapadaIndrivedengannilai,4.3847sedangkan nilai mean atau rata-rata pada Maxim adalah 4.3046. halinimenunjukkanbahwatingkatkepuasanpelangganpadaIndriveadapatdikatakanlebihtinggidibandingkan dengan kepuasaan pelanggan padaMaxim, namun dalam hasil penelitian ini menunjukkan nilai rata-rata yangtidakjauh berbeda.

Tabel 8. Nilai Rata-Rata Penilaian Pada Dimensi Kepuasan pelanggan Pada MaximdanIndrive

No.	Uraian	Indrive	Maxim
1	Kesesuaian harapan	17.39	17.39
2	Minat menggunakan Kembali	8.55	8.52
3	Merekomendasikan kepada pihak lain	4.57	4.25
4	Akan menggunakan jasa Kembali (word of mounth)	4.55	4.26

Sumber: Data Olahan 2022.

Berdasarkan table diatas menunjukkan bahwa indrive memiliki kepuasan mahasiswa yang lebih tinggi pada 3 indikator yakni pada indikator minat menggunakan kembali, merekomendasikan kepada pihak lain, dan akan menggunakan jasa kembali (*word of mounth*).

Berdasarkan hasil uji independent t sampel pada penelitian ini menunjukkan bahwa telah terdapat perbedaan kepuasan Mahasiswa pada Maxim dengan Indrive. Kemudian, telah dibuktikan dengan nilai Sig/P Value sebesar 0.000, yang artinya lebih rendah dari 5%. Oleh karena itu, hipotesis dapat dikatakan diterima, menandakan bahwa terdapat perbedaan signifikan antara kepuasan Mahasiswa pada kedua layanan, dengan tingkat kepuasan pada Indrive lebih tinggi daripada Maxim. Meskipun demikian, perbedaan ini tidak terlalu besar, karena nilai rata-rata kepuasan pelanggan pada Indrive (4.3847) hanya sedikit lebih tinggi dibandingkan dengan Maxim (4.3046). Analisis lebih lanjut berdasarkan tabel menunjukkan bahwa Indrive memiliki kepuasan Mahasiswa yang lebih tinggi pada tiga indikator penting, yaitu minat untuk menggunakan layanan kembali, merekomendasikan kepada orang lain, dan niat untuk menggunakan kembali (*word of mouth*). Hal ini menunjukkan bahwa Indrive mungkin memiliki keunggulan dalam aspek-aspek tersebut dibandingkan dengan Maxim.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Dalam penelitian ini terdapat perbedaan kualitas pelayanan antara Maxim denganIndrive.Danperbedaan tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang ada di Maxim lebih tinggi dibandingkan dengan kualitas pelayananpada Indrive. Namun dalam hasil penelitian iniperbedaantersebut tidak jauh berbeda.
2. Dalam penelitian ini terdapat perbedaan antara kepuasan Mahasiswa Maxim denganIndrive. Dan perbedaan tersebut menunjukkan bahwa kepuasan Mahasiswa yang ada di Indrive lebih tinggi dibandingkan dengan kepuasanMahasiswa pada Maxim. Namun dalam hasil penelitian iniperbedaantersebut tidak jauh berbeda

Saran

1. Penting Bagi Maxim agar mempertahankan kualitas pelayanannya, kemudian lebih meningkatkan kepuasan pelanggannya., dan Bagi Indrive harus bisa menambah dan meningkatkan penerapan kualitas pelayanan dalam perusahaan yang dapat diimplementasikan dalam operasional di objek tersebut.
2. Bagi peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian terkait meningkatkan kepentingan Indrive agar dapat lebih cepat melakukan penyesuaian sehingga Indrive dapat tumbuh lebih cepat dalam market sharenya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia, I. W., dan Amalia, S. 2019. Peran Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Transportasi Online. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 5(1), 1. ISSN: 2460-8211, <https://doi.org/10.35697/jrbi.v5i1.1611> (Terakreditasi Oleh GARUDA)
- Fatihudin, Didin dan M. Anang Firmansyah.(2019). *Pemasaran Jasa (Strategi Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Cetakan 1. CV Budi UTAMA. Yogyakarta
- Indra Dolly. 2019. Pengukuran Kualitas Pelayanan, Harga Dan Customer Value Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online Bagi Kaum Millenial. *Journal of Accounting & Management Innovation*, 3(1), 14–35. (Terakreditasi Oleh GARUDA)
- Musdalifah dan M. Fauzan Noor. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online (Go-Jek). *Sebatik*, 3(12), 498–504. (Terakreditasi Oleh GARUDA)
- Sembiring, Noor M Haji, (2019). *Strategi Pemasaran Jasa: Teori dan Aplikasi di Indonesia*. Penerbitan, Yogyakarta
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung. Alfabeta.
- Tjiptono Fandy. (2019). *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Andi Offset. Yogyakarta