

## **Analisis TAM Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Prioritas Perbaikan Aplikasi Maxim dengan IPA (Studi Pelanggan Surabaya)**

Ergilia Nur Cholifah<sup>(1)</sup>, Iriani<sup>(2)</sup>

Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik dan Sains  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur  
Jl. Rungkut Madya No.1, Kec. Gn. Anyar, Surabaya, Jawa Timur, 60294, Indonesia

Email: <sup>1</sup>ergilianurcholifah@gmail.com, <sup>2</sup>irianiupn@gmail.com

---

### **Tersedia Online di**

<http://www.jurnal.unublitar.ac.id/index.php/briliant>

---

### **Sejarah Artikel**

Diterima 26 April 2024  
Direvisi 3 Mei 2024  
Disetujui 7 Mei 2024  
Dipublikasikan 28 Februari 2025

---

### **Keywords:**

Maxim, TAM, IPA, Customer Satisfaction

---

### **Kata Kunci:**

Maxim, TAM, IPA, Kepuasan Pelanggan

---

### **Corresponding Author:**

Name:  
Ergilia Nur Cholifah  
Email:  
[ergilianurcholifah@gmail.com](mailto:ergilianurcholifah@gmail.com)

**Abstract:** Nowadays maxim is quite attractive to customers in Surabaya, but there are still many customers who complain about maxim application services. The purpose of this study is to analyze TAM on the level of customer satisfaction and priority of improvement in the maxim application study on Surabaya customers. This study uses the IPA method to identify TAM attributes that are priorities for maxim applications to improve first. The results of this study show that maxim application customers in Surabaya City have not been satisfied marked by an average value of 98.98% expectation conformity level. From the quadrant analysis of cartesian diagrams, to improve maxim customer satisfaction in Surabaya City, the company needs to prioritize several aspects, including: establishing partnership relationships with other platforms to integrate new services on the maxim application (AU1), providing customer service that is available 24 hours a day (AU4), updating the user interface to be simpler so that it is easy to understand for various ages (PEOU1), handle customer problems quickly and efficiently (AU3), and provide guidance on how users integrate the features of maxim App in every use of services(AU2).

**Abstrak:** Dewasa ini maxim cukup diminati oleh pelanggan di Kota Surabaya, namun masih banyak pelanggan yang complain terkait layanan aplikasi maxim. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis TAM terhadap tingkat kepuasan pelanggan dan prioritas perbaikan pada aplikasi maxim studi pada pelanggan Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode IPA untuk mengidentifikasi atribut TAM yang menjadi prioritas aplikasi maxim untuk diperbaiki terlebih dahulu. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pelanggan aplikasi maxim di Kota Surabaya belum merasa puas ditandai dengan nilai rata-rata tingkat kesesuaian harapan sebesar 98,98%. Dari analisis

kuadran diagram kartesius, untuk meningkatkan kepuasan pelanggan maxim di Kota Surabaya, perusahaan perlu memprioritaskan beberapa aspek antara lain: menjalin hubungan kemitraan dengan platform lain untuk mengintegrasikan layanan baru pada aplikasi maxim (AU1), menyediakan layanan pelanggan yang tersedia 24 jam setiap harinya (AU4), mengupdate tampilan antarmuka pengguna menjadi lebih sederhana sehingga mudah dipahami berbagai usia (PEOU1), menangani masalah pelanggan dengan cepat dan efisien (AU3), dan memberikan panduan terkait cara pengguna mengintegrasikan fitur-fitur yang ada pada aplikasi maxim dalam setiap menggunakan layanan (AU2).

## **PENDAHULUAN**

Di era disrupsi teknologi, proses digitalisasi ditandai munculnya berbagai aplikasi yang dibuat sebagai solusi untuk mempermudah kehidupan sehari-hari. Transportasi berbasis aplikasi merupakan penggabungan dari jasa transportasi dan teknologi komunikasi (Novianti et al., 2023). Salah satu pengaplikasian transportasi berbasis aplikasi *mobile* yaitu ojek online. Ojek online

merupakan transformasi dari ojek konvensional yang sebelumnya hanya singgah untuk mendapatkan pelanggan. Kini dengan adanya jasa ojek online dapat memberikan kemudahan dalam pemesanan ojek (Hasanah & Sari, 2024). Namun hal ini mengakibatkan kontroversi di awal tahun 2016, ribuan pengemudi angkutan umum merasa penghasilannya menurun akibat ojek online hingga menggelar aksi unjuk rasa (Luwihono et al., 2020).

Ojek online hadir untuk memudahkan masyarakat dalam melakukan kegiatan sehari-hari dengan mengedepankan teknologi yang semakin maju (Watung et al., 2020). Laporan bertajuk *e-Conomy Southeast Asia 2022* dikutip dari Fadillah & Bernadisman (2023), menunjukkan, transaksi ojek online dan food delivery di Indonesia diprediksi dapat meningkatkan nilai ekonomi digital hingga 2025. Angka ini diproyeksikan dari total nilai pendapatan pada tahun 2021 yakni sebesar US\$ 6,9 milyar. Nilai tersebut naik 35,3 % dari 2020 yang sebesar US\$ 5,1 milyar. Kemudian, nilai GMV layanan transportasi dan antar makanan online diproyeksikan akan kembali meningkat menjadi US\$ 16,8 milyar (Fadillah & Bernadisman, 2023). Perkembangan ojek online berkembang sangat pesat seiring peningkatan jumlah kendaraan bermotor yang menyebabkan kemacetan terutama di kota-kota besar. Untuk menunjang mobilitas masyarakat yang tinggi, lahirlah beberapa perusahaan yang menyediakan aplikasi ojek online (Jumhadi & Mulyani, 2023). Dengan meningkatnya brand-brand layanan transportasi online, maka setiap perusahaan harus membangun dan mempromosikan layanannya dengan kreatifitas dan strategi yang unik dan berbeda-beda dari lainnya (Wahid & Eka Puspita, 2020).

Maxim adalah perusahaan internasional yang bergerak dibidang teknologi informasi yang menyediakan aplikasi yang mempertemukan pengemudi dan pelanggan secara mudah (Banggoi et al., 2023). Maxim sendiri sudah ada sejak tahun 2003 lalu, namun dulunya maxim hanya sebuah layanan aplikasi taksi di Kota Chardinsk yang terletak di Pegunungan Ural Rusia. Di Indonesia maxim pertama kali beroperasi pada tahun 2018 membuka kantor pusat di Jakarta di bawah naungan PT Teknologi Perdana Indonesia. Pada bulan Juni 2020, Maxim menambah area operasinya lagi di Jawa Timur, Surabaya dipilih menjadi kota kedua setelah Malang. Namun di Surabaya telah hadir banyak ojek online lainnya. Dengan kondisi ini, maxim harus bersaing dengan ojek online lainnya untuk menciptakan kepuasan pelanggan dengan memenuhi harapannya (Astuti et al., 2021). Akan tetapi hal ini tetap berdampak pada ketatnya persaingan maxim dengan ojek online lainnya, yang menyebabkan pelanggan semakin selektif dalam memilih ojek online yang ingin digunakan dengan melihat tinjauan ulasan sebuah aplikasi. Dari fitur yang terdapat pada google play store, user aplikasi dapat memberikan ulasan terhadap aplikasi yang telah digunakan (Nurian, 2023). Berdasarkan observasi yang telah dilakukan terhadap tinjauan aplikasi maxim di google play store, terdapat ulasan negatif yang menyatakan menyatakan ketidakpuasan, serta menjelaskan keluhannya dikarenakan harga tarif melambung tinggi dari order dan setelah membayar di tempat tujuan.

Akan tetapi ulasan negatif tidak dapat sepenuhnya dipercaya, tanpa disadari terkadang yang sengaja ditinggalkan dengan alasan untuk menjatuhkan kompetitor (Ruwaida & Aqilah, 2022). Hal ini diduga sebab munculnya maxim di Surabaya sempat menjadi permasalahan bagi ojek online lain. Dengan alasan maxim menetapkan tarif yang relatif lebih murah dibandingkan dengan ojek online sebesar. Selain itu, maxim juga memulai beberapa layanan baru pada awal Agustus 2022 (Maulidi et al., 2024). Dari fenomena ini menunjukkan bahwa perusahaan transportasi online masih terus berkompetisi meningkatkan pelayanan jasanya untuk mencapai kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan maxim dapat dicapai dengan memperbaiki permasalahan pada layanannya. Apabila maxim dapat memberikan pelayanan jasa yang baik untuk pelanggannya, maka maxim dapat memiliki pandangan yang baik dari pelanggannya (Amara et al., 2022).

Menurut Kotler (2019) definisi dari kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja jasa yang dipikirkan terhadap hasil yang

diharapkan. Dari definisi tersebut dapat dikatakan apabila kinerja jasa tidak sesuai dengan harapan pelanggan dan bila harapan yang ditetapkan terlalu rendah, maka pelanggan tersebut akan merasa tidak puas dan berujung kecewa. Jika kinerja sesuai harapan maka pelanggan akan merasa puas. Namun apabila kinerja produk melampaui harapan, maka pelanggan akan merasa gembira dan sangat puas (Tampanguma et al., 2022). Jadi kepuasan pelanggan adalah pengukuran pelanggan atau pengguna produk atau jasa sangat senang dengan produk atau jasa yang diterima (Firmansyah, 2019).

Dipilihnya model Technology Acceptance Model (TAM) karena merupakan model yang sesuai untuk menguji penerimaan terhadap penggunaan teknologi informasi. The Concept of Technology Acceptance Model, menawarkan landasan untuk memahami perilaku pengguna dalam menerima dan menggunakan teknologi yang ditawarkan (Musdalifah & Hadisaputro, 2022). Model ini diperkenalkan Fred Davis pada tahun 1986 (Fahlevi & Dewi, 2019). Tujuan utama TAM adalah untuk memberikan dasar penelusuran pengaruh faktor eksternal terhadap kepercayaan, sikap, dan tujuan pengguna (Nurlaila et al., 2022). TAM dibuat khusus untuk pemodelan adopsi pengguna sistem informasi, yang ditentukan oleh lima konstruksi, antara lain: *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *attitude toward using*, *behavioral intention to use*, dan *actual use* (Minan, 2021).

Dari fenomena yang ada dan kesesuaian model TAM, maka dilakukan penelitian untuk menganalisis TAM terhadap kepuasan pelanggan dan prioritas perbaikan aplikasi maxim dengan menggunakan metode Importance Performance Analysis dengan studi pada pelanggan di Surabaya. Metode IPA merupakan teknik analisis untuk mengidentifikasi elemen penting dalam suatu variabel. IPA dikembangkan oleh Martilla dan James pada tahun 1977 (Kurniawan & Febrianti, 2022). Output metode IPA direpresentasikan dalam bentuk diagram kartesius yang dibagi menjadi 4 kuadran untuk dapat menganalisis dan menyarankan strategi yang dapat dilakukan dengan mudah, yaitu Kuadran I, Kuadran II, Kuadran III, dan Kuadran IV. Setiap kuadran memiliki peran sebagai jasa maupun produk yang dinilai (Ramadhanti & Marlana, 2021). Hasil rata-rata perhitungan keseluruhan, kemudian digambarkan ke dalam diagram kartesius. Perhitungan ini juga dapat menghasilkan tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan dua komponen yaitu sangat berharganya layanan pelanggan dan kinerja bisnis dalam menyediakan layanan dalam memenuhi ekspektasi konsumen (Gunawan et al., 2021). Dikarenakan metode ini menggabungkan konsep *importance* mengacu seberapa pentingnya suatu faktor dalam mempengaruhi kepuasan konsumen, serta *performance* mengacu pada seberapa baik kinerja suatu faktor dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Oleh karena itu, metode ini cocok untuk memahami tingkat kepentingan suatu faktor dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan dan seberapa baik kinerja faktor tersebut dalam memenuhi kebutuhan pelanggan khususnya di Kota Surabaya (Renaldi & Pradana, 2023).

Penelitian sebelumnya Agustina & Sahfitri (2022), dengan jumlah sampel sebanyak 97 responden. Didapatkan hasil bahwa pelanggan telah puas indeks kepuasan sebesar 0,7728 atau 77,28% pada aplikasi transportasi online dengan cakupan Kota Palembang. Serta berdasarkan analisis metode IPA menunjukkan adanya tiga atribut untuk ditingkatkan kinerjanya yaitu P06, P08 dan P14. Ketiga item ini mempunyai prioritas tertinggi untuk diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan pengguna. (Agustina & Sahfitri, 2022). Serta dalam penelitian Renaldi & Pradana (2023), menggunakan variabel TAM sebagai atribut. Populasi penelitian ini adalah pengguna transportasi online di Indonesia dan sampel sebanyak 100 responden. Hasil yang didapatkan berdasarkan analisis IPA dipetakan skala prioritas peningkatan kualitas transportasi online dimana kuadran I merupakan skala prioritas perbaikan tertinggi adalah: PEOU 3, ITU 1, PU 2, dan PU 3 (Renaldi & Pradana, 2023). Namun penelitian ini hanya menggunakan tiga konstruksi TAM, padahal TAM sendiri secara keseluruhan terdiri dari lima konstruksi.

Dari beberapa penelitian sebelumnya, maka diperlukan penelitian lebih lanjut terkait transportasi online menggunakan kelima konstruksi TAM sebagai atribut penelitian. Serta menggunakan objek penelitian transportasi online dengan brand yang lebih spesifik yaitu aplikasi

maxim. Dengan studi pada kota lain yang berbeda dari penelitian sebelumnya. Maka pada penelitian ini diperlukan pengambilan sampel dengan teknik sampling yang tepat untuk menghasilkan sampel yang representatif. Maka diperlukan juga responden yang digunakan lebih spesifik, sehingga data yang diperoleh pada penelitian ini tidak bias. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah non-probability sampling dengan jenis purposive sampling. Purposive sampling yaitu pengambilan sampel yang didasarkan kepada penilaian peneliti mengenai calon responden yang memenuhi syarat sebagai sampel (Fauzy, 2019).

Pada penelitian ini, purposive sampling dilakukan dengan memilih responden yang memenuhi syarat tertentu yang sesuai dengan tujuan dari suatu penelitian. Adapun beberapa syarat responden yang sesuai untuk digunakan menjadi sampel pada penelitian ini antara lain: seorang individu dengan usia  $\geq 17$  tahun, berdomisili di Kota Surabaya, pernah menggunakan layanan ojek online aplikasi maxim minimal 2 kali, serta telah melakukan update aplikasi maxim terbaru yaitu versi 3.15.17. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan jumlah responden yang lebih banyak daripada penelitian sebelumnya agar didapatkan hasil penelitian yang lebih valid.

## METODE

### Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada pengguna aplikasi maxim. Pengambilan data menggunakan kuesioner berbasis *google forms* yang menasar pelanggan yang menggunakan layanan maxim minimal 2 kali di Kota Surabaya. Dikarenakan luasnya wilayah Kota Surabaya agar data dinyatakan representatif, maka peneliti melakukan penyebaran kuesioner pada setiap bagian wilayah Surabaya. Dapat diketahui Surabaya terdiri dari 5 wilayah yakni: Surabaya Pusat, Surabaya Timur, Surabaya Barat, Surabaya Utara, dan Surabaya Selatan. Penelitian ini dilaksanakan mulai bulan Februari 2024 hingga Mei 2024, data dinyatakan terpenuhi.

### Identifikasi Variabel

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat. Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel bebas antara lain dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Identifikasi Variabel Bebas

| Dimensi                            | Variabel | Atribut   |
|------------------------------------|----------|---|
| <i>Perceived Usefulness</i>        | PU1      | Aplikasi maxim memudahkan pelanggan pemesanan transportasi  |
|                                    | PU2      | Pelanggan dapat berbelanja <i>food and good</i> beberapa tempat sekaligus pada waktu yang sama dalam aplikasi maxim |
|                                    | PU3      | Pelanggan dapat menambah dua lokasi tujuan pada aplikasi maxim  |
|                                    | PU4      | Aplikasi maxim memiliki fitur yang sesuai kebergunaan pelanggan (Japariato & Anggono, 2020)                         |
| <i>Perceived Ease Of Use</i>       | PEOU1    | Aplikasi maxim mudah untuk digunakan untuk semua kalangan usia  |
|                                    | PEOU2    | Aplikasi maxim mudah dipelajari penggunaannya oleh pelanggan  |
|                                    | PEOU3    | Aplikasi maxim mudah diakses sehingga tidak memerlukan <i>effort</i> (Naufaldi & Tjokrosaputro, 2020)               |
| <i>Attitude Toward Using</i>       | ATU1     | Aplikasi maxim interaksi yang nyaman antara <i>user</i> dengan <i>driver</i>  |
|                                    | ATU2     | Pelanggan senang menggunakan layanan pada aplikasi maxim  |
|                                    | ATU3     | Pelanggan menikmati fitur-fitur yang ada pada aplikasi maxim  |
|                                    | ATU4     | Tampilan <i>user interface</i> aplikasi maxim tidak membosankan (Hanggono et al., 2022)                             |
| Dimensi                            | Variabel | Atribut   |
| <i>Behavioral Intention to Use</i> | BITU1    | Pelanggan memberi penilaian baik dari layanan aplikasi maxim  |
|                                    | BITU2    | Pelanggan menggunakan aplikasi maxim terus-menerus dalam jangka waktu panjang                                       |
|                                    | BITU3    | Pelanggan tertarik mempelajari layanan dan fitur aplikasi maxim   |

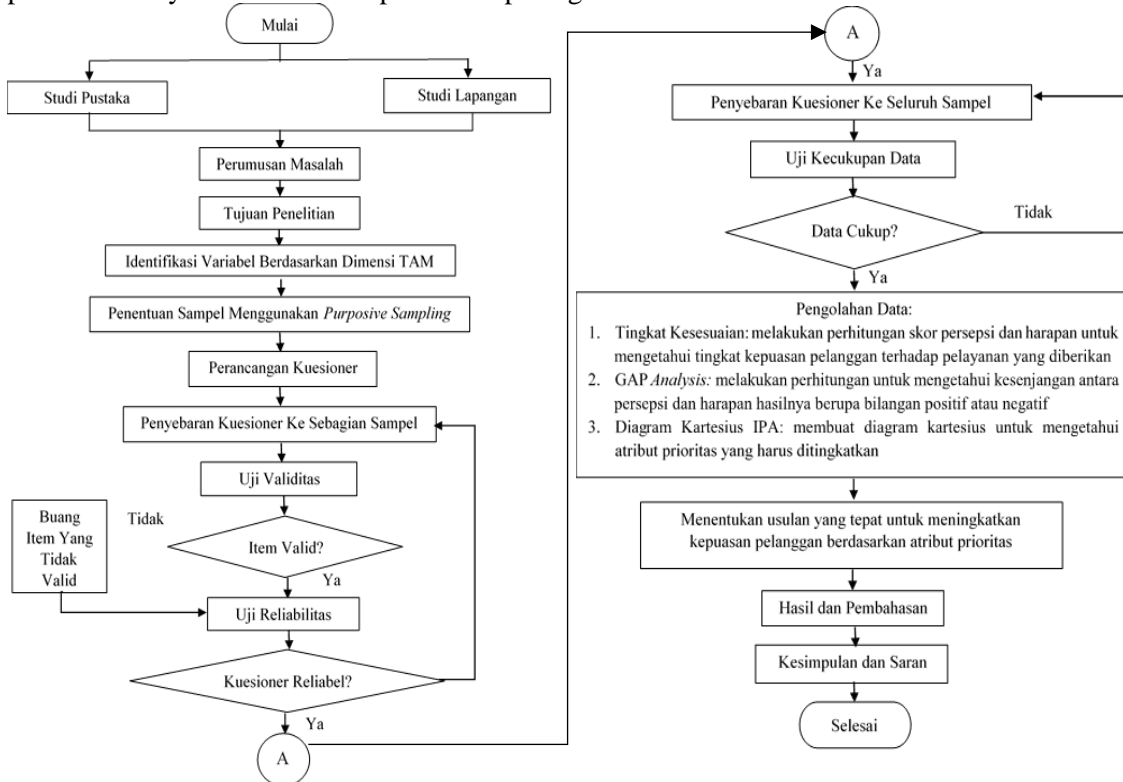
|            |     |   |
|------------|-----|---|
|            |     | (Novianti et al., 2022)   |
| Actual Use | AU1 | Pelanggan telah menggunakan fitur-fitur maxim secara maksimal   |
|            | AU2 | Aplikasi maxim selalu <i>update</i> layanan terbaru, sehingga frekuensi penggunaan pelanggan maxim semakin tinggi |
|            | AU3 | Layanan <i>costumer service</i> aplikasi maxim membantu pelanggan dalam menyelesaikan masalah secepatnya          |
|            | AU4 | Pelanggan merasa puas menggunakan berbagai layanan yang telah tersedia pada aplikasi maxim                        |
|            |     | (Rohman et al., 2023)   |

Sumber: disarikan dari berbagai jurnal

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel terikat adalah kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan didapatkan dari hasil membandingkan kinerja jasa terhadap hasil yang diharapkan pada setiap atribut variabel bebas (Waworuntu et al., 2023). Setelah diperoleh kepuasan pelanggan, maka skor tingkat kinerja dan skor tingkat harapan akan diplotkan ke dalam matriks *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk diidentifikasi atribut yang diprioritaskan perbaikannya.

### Alur Penyelesaian Masalah

Penyelesaian masalah pada penelitian ini menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Adapun alur dari penyelesaian masalah dari dimulainya penelitian hingga penelitian dinyatakan selesai dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Flowchart Penelitian

Berdasarkan gambar 1. *flowchart* penelitian di atas menggambarkan alur penyelesaian masalah berisi tahapan yang harus dilakukan pada suatu penelitian. Adapun uraian dari alur penyelesaian masalah yakni, penelitian dimulai dengan studi lapangan meninjau ulasan aplikasi maxim di *google play store*. Dilanjut dengan studi pustaka mengumpulkan teori-teori terkait untuk mendukung penelitian. Kemudian didapatkan perumusan masalah yang harus diselesaikan menyesuaikan dengan tujuan penelitian. Lalu identifikasi variabel berdasarkan dimensi TAM. Penentuan sampel menggunakan *purposive sampling* untuk mengetahui kelayakan responden. Setelah itu, peneliti merancang pertanyaan dan menyebarkan kuesioner untuk mencari



data ke sebagian sampel. Setelah mendapatkan data yang dibutuhkan, dilakukan pengujian yaitu uji kecukupan data, uji validitas dan uji reliabilitas. Setelah melakukan uji statistik, kuesioner disebarakan ulang ke seluruh sampel hingga data dinyatakan cukup. Kemudian menghitung jumlah pada setiap atribut pada bagian kinerja dan harapan, untuk dilakukan penghitungan tingkat kesesuaian, *gap analysis*, dan *importance performance analysis* berdasarkan atribut pada kinerja dan harapan. Lalu didapatkan hasil untuk dilakukan pembahasan. Dari hasil dan pembahasan ini, dapat dilakukan penarikan kesimpulan dan pemberian saran, hingga penelitian dinyatakan selesai.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Stratifikasi Responden

Kerangka sampel pada penelitian akan distratifikasi berdasarkan beberapa kriteria berdasarkan *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan mempertimbangkan kriteria tertentu (Fauzy, 2019). Kriteria yang digunakan pada teknik sampling ini antara lain: usia, domisili, frekuensi penggunaan aplikasi, versi aplikasi. Penentuan kriteria ini didasarkan pada kebutuhan penelitian terlampir pada tabel 2. sampai tabel 5. Pada tabel 2 menunjukkan distribusi jawaban pengelompokan usia dari responden pengguna aplikasi maxim sebagai berikut:

Tabel 2. Distribusi Responden Berdasarkan Usia

| No                  | Usia (Tahun) | Jumlah Responden | Persentase |
|---------------------|--------------|------------------|------------|
|                     | < 17         | 0                | 0%         |
|                     | ≥ 17         | 129              | 100%       |
| <b>Jumlah Total</b> |              | 129              | 100%       |

Sumber: data primer diolah, 2024

Distribusi responden berdasarkan usia diperoleh dari bagian pertama kuesioner yang berisi pertanyaan terkait profil responden. Diperoleh hasil tidak ada responden berusia di bawah 17 tahun sehingga persentase 0%. Secara keseluruhan responden berusia minimal 17 tahun sejumlah 129 orang dengan persentase 100%. Pada tabel 3 menunjukkan distribusi jawaban pengelompokan domisili dari responden penelitian aplikasi maxim di Kota Surabaya sebagai berikut:

Tabel 3. Distribusi Responden Berdasarkan Domisili

| No                  | Wilayah Domisili | Jumlah Responden | Persentase |
|---------------------|------------------|------------------|------------|
| 1                   | Surabaya Pusat   | 28               | 21,7%      |
| 2                   | Surabaya Timur   | 25               | 19,4%      |
| 3                   | Surabaya Utara   | 25               | 19,4%      |
| 4                   | Surabaya Selatan | 24               | 18,6%      |
| 5                   | Surabaya Barat   | 24               | 18,6%      |
| 6                   | Bukan Surabaya   | 3                | 2,3%       |
| <b>Jumlah Total</b> |                  | 129              | 100%       |

Sumber: data primer diolah, 2024

Distribusi responden berdasarkan domisili diperoleh 3 responden bukan berdomisili Surabaya dengan persentase 2,3%. Maka responden tersebut dibuang karena tidak memenuhi kriteria. Dari kelima wilayah Surabaya berturut turut Pusat, Timur, Utara, Selatan, Barat yaitu 28, 25, 25, 24, 24 responden. Maka dinyatakan total 126 responden dengan persentase 97,7% memenuhi kriteria. Pada tabel 4 menunjukkan distribusi jawaban pengelompokan frekuensi penggunaan dari responden pengguna aplikasi maxim sebagai berikut:

Tabel 4. Distribusi Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan

| No | Frekuensi Penggunaan | Jumlah Responden | Persentase |
|----|----------------------|------------------|------------|
| 1  | Tidak Pernah         | 0                | 0%         |
| 2  | Sekali               | 0                | 0%         |
| 3  | 2 kali               | 45               | 34,9%      |
| 4  | 3 kali               | 21               | 16,3%      |
| 5  | > 3 kali             | 63               | 48,8%      |

|                     |     |      |
|---------------------|-----|------|
| <b>Jumlah Total</b> | 129 | 100% |
|---------------------|-----|------|

Sumber: data primer diolah, 2024

Distribusi responden berdasarkan frekuensi penggunaan diperoleh responden yang menggunakan aplikasi maxim 2 kali dengan sebanyak 45 responden dengan persentase 34,9%. Yang menggunakan 3 kali sebanyak 21 responden dengan persentase 16,3%. Yang menggunakan lebih dari 3 kali sebanyak 63 responden dengan persentase 48,8%. Maka total 129 responden, seluruhnya dinyatakan memenuhi kriteria sampel yang telah ditentukan. Pada tabel 5 menunjukkan distribusi jawaban pengelompokan versi aplikasi yang digunakan pelanggan maxim di Kota Surabaya sebagai berikut:

Tabel 5. Distribusi Responden Berdasarkan Versi Aplikasi

| No | Versi 3.15.17       | Jumlah Responden | Persentase |
|----|---------------------|------------------|------------|
|    | Ya                  | 127              | 98,4 %     |
|    | Tidak               | 2                | 1,6 %      |
|    | <b>Jumlah Total</b> | 129              | 100%       |

Sumber: data primer diolah, 2024

Distribusi responden berdasarkan versi diperoleh hasil bahwa 127 responden dengan persentase 98,4% memberikan pernyataan “Ya” menggunakan maxim versi 3.15.17. Serta 2 responden dengan persentase 1,6 % memberikan pernyataan “Tidak” menggunakan maxim versi 3.15.17, sehingga data responden tersebut dibuang karena tidak memenuhi kriteria.

Stratifikasi responden diperlukan karena pada umumnya pendekatan kuantitatif membutuhkan sampel yang besar. Sampel biasanya diturunkan dengan menggunakan suatu teknik probabilitas dan kemudian diseleksi (Candra et al., 2021). Setelah dilakukan stratifikasi dari total keseluruhan responden sebanyak 129, maka didapatkan hasil berikut: 2 responden tidak memenuhi kriteria domisili, 1 responden tidak memenuhi kriteria domisili dan versi aplikasi, dan 1 responden tidak memenuhi kriteria versi aplikasi. Maka 4 data responden dibuang, karena dinyatakan tidak memenuhi kriteria. Serta sebanyak 125 responden dinyatakan layak digunakan sebagai sampel penelitian karena telah memenuhi kriteria yang ada. Langkah selanjutnya yaitu melakukan pengujian data dari 125 responden yang memenuhi kriteria penelitian.

### Pengujian Data Responden

Uji kecukupan data dilakukan untuk menentukan batas minimal data yang diperlukan dalam penelitian. Penentuan batas minimal data responden dihitung dengan rumus *lemeshow*, karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti (Setiawan et al., 2022). Hal ini disebabkan naik turunnya pengguna maxim di Kota Surabaya secara tidak menentu. Berikut perhitungannya:

$$N' = \frac{Z\alpha^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{d^2} = \frac{(1,96)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5)}{(0,10)^2} = \frac{0,9604}{0,01} = 96,04 \approx 97$$

Dengan menggunakan rumus *lemeshow*, maka dapat diketahui jumlah sampel minimum (n) yang digunakan sebanyak 96,04 atau dibulatkan menjadi 97. Maka data dikatakan sudah mencukupi karena diperoleh data teoritis (N') yaitu 97 responden. Serta data penelitian lapangan (N) diperoleh yaitu 125 responden. Maka jumlah sampel ini dianggap cukup karena  $N' \leq N$ , sebab jumlah data secara teoritis lebih kecil daripada jumlah data penelitian.

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  untuk tingkat signifikansi 5% (0,05) dari *degree of freedom* (df) = n-2, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka indikator tersebut dinyatakan valid (Mustopa et al., 2022). Dalam penelitian ini df = 125-2 = 123,  $\alpha = 5\%$ , maka didapatkan  $r_{tabel} = 0,176$ . Adapun hasil uji validitas dari setiap item kuesioner penelitian ini pada tabel 6.

Tabel 6. Uji Validitas Indikator Pada Kuesioner *Importance* (Y) dan *Performance* (X)

| Indikator | r-hitung Y | r-hitung X | r-tabel | Keterangan |
|-----------|------------|------------|---------|------------|
| PU1       | 0,695      | 0,676      | 0,176   | Valid      |
| PU2       | 0,554      | 0,691      | 0,176   | Valid      |
| PU3       | 0,554      | 0,620      | 0,176   | Valid      |
| PU4       | 0,644      | 0,612      | 0,176   | Valid      |
| PEOU1     | 0,603      | 0,654      | 0,176   | Valid      |

|       |       |       |       |       |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| PEOU2 | 0,640 | 0,610 | 0,176 | Valid |
| PEOU3 | 0,656 | 0,724 | 0,176 | Valid |
| ATU1  | 0,629 | 0,633 | 0,176 | Valid |
| ATU2  | 0,737 | 0,766 | 0,176 | Valid |
| ATU3  | 0,743 | 0,787 | 0,176 | Valid |
| ATU4  | 0,618 | 0,725 | 0,176 | Valid |
| BITU1 | 0,604 | 0,560 | 0,176 | Valid |
| BITU2 | 0,738 | 0,658 | 0,176 | Valid |
| BITU3 | 0,566 | 0,688 | 0,176 | Valid |
| AU1   | 0,522 | 0,755 | 0,176 | Valid |
| AU2   | 0,553 | 0,722 | 0,176 | Valid |
| AU3   | 0,606 | 0,720 | 0,176 | Valid |
| AU4   | 0,633 | 0,741 | 0,176 | Valid |

Sumber: data primer diolah, 2024

Pada tabel 6. menunjukkan seluruh item memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Maka seluruh item dinyatakan valid dikarenakan semua item memiliki nilai  $r_{hitung} > 0,176$  yang berlaku untuk semua item pada kuesioner persepsi dan harapan.

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui reliabilitas masing-masing alat penyajian kuesioner. Tinggi rendahnya reliabilitas dengan ditentukan dari nilai *alpha*. Reliabilitas yang tinggi ditunjukkan dengan *alpha* mendekati 1 (Sanaky, 2021).

Tabel 7. Uji Reliabilitas Kuesioner *Importance* dan *Performance*

| Kuesioner <i>Importance</i>                      | Kuesioner <i>Performance</i>                     |
|--|--|
| <b>Cronbach's Alpha</b><br><hr/> Alpha<br>0,9094 | <b>Cronbach's Alpha</b><br><hr/> Alpha<br>0,9334 |

Sumber: data primer diolah, 2024

Menurut Sumadi Suryabrata dikutip dari Sanaky (2021), nilai *alpha*  $> 0.7$  artinya reliabilitas mencukupi. Sementara *alpha*  $> 0.8$  artinya reliabilitas kuat. Pada tabel 7. menunjukkan nilai *alpha* kuesioner *importance* dan kuesioner *performance* berturut-turut sebesar 0,9094 dan 0,9334. Dikarenakan kedua kuesioner memiliki *alpha*  $> 0.80$  maka dinyatakan memiliki reliabilitas kuat.

## Pengolahan Data

Pengolahan data diawali dengan menghitung skor untuk setiap atribut dari kepentingan dan kinerjanya. Total dari  $\Sigma X$  dan  $\Sigma Y$  diperoleh dari hasil akhir kuesioner *importance* dan *performance* aplikasi maxim yang telah dijawab oleh 125 responden. Kemudian dihitung tingkat kesesuaian dengan membagi  $\Sigma X$  terhadap  $\Sigma Y$ , untuk memperoleh persentase dikali 100%. Serta dihitung juga  $\bar{X}$  dan  $\bar{Y}$  sebagai titik sebar setiap atribut pada diagram kartesius IPA.

Tabel 8. Rekap Perhitungan Pembagian Kuadran Pada Diagram Kartesius IPA

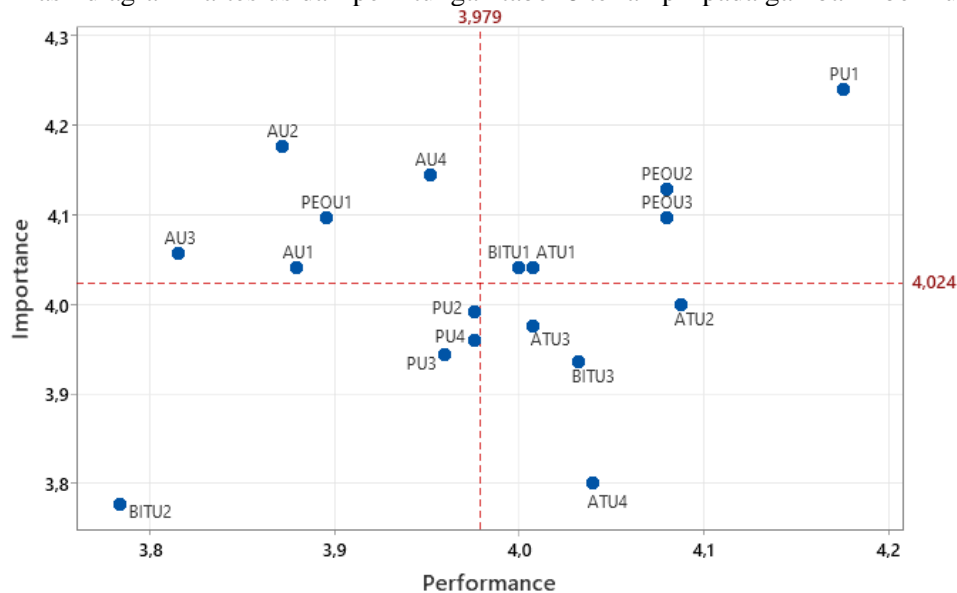
| Atribut | $\Sigma X$ | $\Sigma Y$ | Tingkat Kesesuaian | %    | $\bar{X}$ | $\bar{Y}$ | Kuadran |
|---------|------------|------------|--------------------|------|-----------|-----------|---------|
| AU2     | 484        | 522        | 0,927              | 92,7 | 3,872     | 4,176     | I       |
| AU3     | 477        | 507        | 0,941              | 94,1 | 3,816     | 4,056     | I       |
| PEOU1   | 487        | 512        | 0,951              | 95,1 | 3,896     | 4,096     | I       |
| AU4     | 494        | 518        | 0,954              | 95,4 | 3,952     | 4,144     | I       |
| AU1     | 485        | 505        | 0,960              | 96,0 | 3,88      | 4,04      | I       |
| PU1     | 522        | 530        | 0,985              | 98,5 | 4,176     | 4,240     | II      |
| PEOU2   | 510        | 516        | 0,988              | 98,8 | 4,08      | 4,128     | II      |
| ATU1    | 501        | 505        | 0,992              | 99,2 | 4,008     | 4,04      | II      |
| BITU1   | 500        | 505        | 0,990              | 99,0 | 4         | 4,04      | II      |
| PEOU3   | 510        | 512        | 0,996              | 99,6 | 4,08      | 4,096     | II      |



|           |     |     |        |        |       |       |     |
|-----------|-----|-----|--------|--------|-------|-------|-----|
| PU2       | 497 | 495 | 1,004  | 100,4  | 3,976 | 3,992 | III |
| PU4       | 497 | 495 | 1,004  | 100,4  | 3,976 | 3,96  | III |
| PU3       | 495 | 493 | 1,004  | 100,4  | 3,96  | 3,944 | III |
| BITU2     | 473 | 472 | 1,002  | 100,2  | 3,784 | 3,776 | III |
| ATU3      | 501 | 497 | 1,008  | 100,8  | 4,008 | 3,976 | IV  |
| ATU2      | 511 | 500 | 1,022  | 102,2  | 4,088 | 4     | IV  |
| BITU3     | 504 | 492 | 1,024  | 102,4  | 4,032 | 3,936 | IV  |
| ATU4      | 505 | 475 | 1,063  | 106,3  | 4,04  | 3,8   | IV  |
| Rata-Rata |     |     | 0,9898 | 98,98% | 3,979 | 4,024 |     |

Sumber: data primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel 8 diperoleh nilai rata-rata penilaian dari pelanggan terkait kinerja ( $\bar{X}$ ) dan kepentingan ( $\bar{Y}$ ) berturut-turut sebesar 3,979 dan 4,024. Nilai rata-rata  $\bar{X}$  dan  $\bar{Y}$  nantinya digunakan sebagai titik potong dari masing-masing ordinat. Dikarenakan adanya titik potong, maka diagram kartesius atau *Importance Performance Matrix* terbagi menjadi empat kuadran. Adapun hasil diagram kartesius dari perhitungan tabel 8 terlampir pada gambar 2 berikut:



Gambar 2. Diagram Kartesius *Importance and Performance Analysis*

Sumber: data primer diolah, 2024

Dari gambar 2 menunjukkan bahwa atribut-atribut telah dipetakan berdasarkan kepentingan dan kinerjanya, kemudian dijabarkan dalam diagram kartesius. Pada kuadran I terdapat 5 atribut, kuadran II terdapat 5 atribut, kuadran III terdapat 4 atribut, dan yang terakhir kuadran IV terdapat 4 atribut. Pemetaan ini dilakukan agar perusahaan maxim dapat dengan cepat dan tepat melakukan perbaikan pada atribut yang dianggap penting oleh pengguna dalam waktu dekat. Seluruh atribut telah dipetakan ke dalam masing-masing dari keempat kuadran yang berbeda-beda. Adapun penjelasan dari pemetaan atribut-atribut pada setiap kuadran adalah sebagai berikut:

1. Prioritas Utama (Kuadran I)

Pada kuadran I terdapat atribut yang memiliki tingkat kepentingan yang sangat tinggi bagi pelanggan. Namun tingkat kinerjanya masih belum memuaskan. Oleh karena itu, dimensi ini yang harus didahulukan dalam proses perbaikannya. Adapun atribut yang termasuk dalam kuadran I antara lain:

- a. Aplikasi maxim selalu melakukan *update* layanan terbaru, sehingga frekuensi penggunaan pelanggan semakin tinggi (AU2)

Atribut aplikasi maxim selalu *update* layanan terbaru, sehingga frekuensi penggunaan pelanggan semakin tinggi masuk ke dalam kuadran I. Dengan tingkat kesesuaian sebesar 92,7%

yang berarti kinerja atribut AU2 belum memenuhi harapan pelanggan. Maka aplikasi maxim masih memerlukan perbaikan atribut AU2 sebesar 7,3%. Atribut ini dirasa kurang memuaskan dari penilaian yang telah diberikan responden.

b. Layanan *costumer service* pada aplikasi maxim, membantu pelanggan dalam menyelesaikan masalah dengan cepat (AU3)

Atribut layanan *costumer service* pada aplikasi maxim, membantu pelanggan dalam menyelesaikan masalah dengan cepat masuk ke dalam kuadran I. Dengan tingkat kesesuaian sebesar 94,1% yang berarti kinerja atribut AU3 belum memenuhi harapan pelanggan. Maka aplikasi maxim masih memerlukan perbaikan atribut AU3 sebesar 5,9%. Atribut ini dirasa kurang memuaskan dari penilaian yang telah diberikan responden.

c. Aplikasi maxim mudah digunakan untuk semua kalangan usia (PEOU1)

Atribut aplikasi maxim mudah digunakan bagi semua kalangan usia masuk ke dalam kuadran I. Dengan tingkat kesesuaian sebesar 95,1% yang berarti kinerja PEOU1 belum memenuhi harapan pelanggan. Maka maxim masih memerlukan perbaikan atribut PEOU1 sebesar 4,9%. Atribut ini dirasa kurang memuaskan dari penilaian yang telah diberikan responden.

d. Pelanggan merasa puas menggunakan berbagai layanan yang telah tersedia pada aplikasi maxim (AU4)

Atribut pelanggan merasa puas menggunakan layanan yang tersedia pada aplikasi maxim masuk ke dalam kuadran I. Dengan tingkat kesesuaian sebesar 95,4% yang berarti kinerja atribut AU4 belum memenuhi harapan pelanggan. Maka aplikasi maxim masih memerlukan perbaikan atribut AU4 sebesar 4,6%. Atribut ini dirasa kurang memuaskan dari penilaian yang telah diberikan responden.

e. Pelanggan telah menggunakan fitur-fitur yang tersedia pada aplikasi maxim secara maksimal (AU1)

Atribut pelanggan telah menggunakan fitur-fitur pada aplikasi maxim secara maksimal masuk ke dalam kuadran I. Dengan tingkat kesesuaian sebesar 96,0% yang berarti kinerja atribut AU1 belum memenuhi harapan pelanggan. Maka aplikasi maxim masih memerlukan perbaikan atribut AU1 sebesar 4%. Atribut ini dirasa kurang memuaskan dari penilaian yang telah diberikan responden.

2. Pertahankan Prestasi (Kuadran II)

Pada kuadran II terdapat atribut yang memiliki tingkat kepentingan yang tinggi dan mampu menjadi atribut pendukung kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan diharapkan menjaga hasil kinerja yang telah dilakukan sebelum atau meningkatkannya apabila mungkin. Atribut dalam kuadran ini dapat digunakan sebagai penunjang untuk atribut yang ada di kuadran pertama. Adapun atribut yang termasuk dalam kuadran II antara lain:

a. Aplikasi maxim memudahkan pelanggan melakukan pemesanan transportasi (PU1)

Atribut aplikasi maxim memudahkan pelanggan dalam melakukan pemesanan transportasi masuk ke dalam kuadran I. Dengan tingkat kesesuaian sebesar 98,5%. Atribut ini telah memenuhi kepuasan pelanggan dan harus tetap dijaga kualitasnya. Namun kinerja pada atribut PU1 masih dapat ditingkatkan lagi sebesar 1,5% apabila masih memungkinkan.

b. Aplikasi maxim mudah dipelajari penggunaannya oleh pelanggan (PEOU2)

Atribut aplikasi maxim mudah dipelajari penggunaannya oleh pelanggan masuk ke dalam kuadran II. Dengan tingkat kesesuaian sebesar 98,8%. Atribut ini telah memenuhi kepuasan pelanggan dan harus tetap dijaga kualitasnya. Namun kinerja pada atribut PEOU2 masih dapat ditingkatkan lagi sebesar 1,2% apabila masih memungkinkan.

c. Layanan aplikasi maxim menawarkan kenyamanan berinteraksi antara pelanggan dengan *driver* (ATU1)

Atribut layanan aplikasi maxim menawarkan kenyamanan berinteraksi antara pelanggan dengan *driver* masuk ke dalam kuadran II. Dengan tingkat kesesuaian sebesar 99,2%. Atribut ini

telah memenuhi kepuasan pelanggan dan harus tetap dijaga kualitasnya. Namun kinerja pada atribut ATU1 masih dapat ditingkatkan lagi sebesar 0,8% apabila masih memungkinkan.

d. Aplikasi maxim mudah diakses sehingga tidak memerlukan *effort* lebih dalam penggunaannya (PEOU3)

Atribut aplikasi maxim mudah untuk diakses sehingga tidak memerlukan *effort* lebih dalam penggunaannya masuk ke dalam kuadran II. Dengan tingkat kesesuaian sebesar 99,6%. Atribut ini telah memenuhi kepuasan pelanggan dan harus tetap dijaga kualitasnya. Namun kinerja pada atribut PEOU3 masih dapat ditingkatkan lagi sebesar 0,4% apabila masih memungkinkan.

e. Pelanggan memberi penilaian baik dari layanan aplikasi maxim yang telah digunakan (BITU1)

Atribut pelanggan memberi penilaian baik dari layanan aplikasi maxim yang telah digunakan masuk ke dalam kuadran II. Dengan tingkat kesesuaian sebesar 99,0%. Atribut ini telah memenuhi kepuasan pelanggan dan harus tetap dijaga kualitasnya. Namun kinerja pada atribut BITU1 masih dapat ditingkatkan lagi sebesar 1% apabila masih memungkinkan.

### 3. Kuadran III (Prioritas Rendah)

Pada kuadran III terletak atribut yang memiliki hasil kinerja yang rendah, namun tidak dianggap terlalu penting. Hal ini dikarenakan atribut ini memiliki nilai ekspektasi yang rendah sehingga perusahaan tidak harus memberikan perhatian yang lebih terhadap atribut ini. Adapun beberapa atribut yang termasuk dalam kuadran III antara lain:

a. Pelanggan dapat berbelanja ke beberapa tempat sekaligus pada waktu yang sama pada aplikasi maxim (PU2)

Atribut pelanggan dapat berbelanja ke beberapa tempat sekaligus pada waktu yang sama pada aplikasi maxim masuk ke dalam kuadran III. Dengan tingkat kesesuaian sebesar 100,4%. Atribut PU2 dirasa kurang memuaskan dari penilaian yang telah diberikan responden, namun tidak terlalu dianggap penting bagi pelanggan maxim sehingga prioritas pada atribut ini tergolong rendah.

b. Aplikasi maxim memiliki fitur yang sesuai dengan kebergunaan pelanggan (PU4)

Atribut aplikasi maxim memiliki fitur dan informasi yang sesuai dengan kebergunaan pelanggan masuk ke dalam kuadran III. Dengan tingkat kesesuaian sebesar 100,4%. Atribut PU4 dirasa kurang memuaskan dari penilaian yang telah diberikan responden, namun tidak terlalu dianggap penting bagi pelanggan maxim sehingga prioritas pada atribut ini tergolong rendah.

c. Pelanggan dapat menambahkan dua lokasi tujuan dalam sekali pemesanan pada aplikasi maxim (PU3)

Atribut pelanggan dapat menambahkan dua lokasi tujuan dalam sekali pemesanan pada aplikasi maxim masuk ke dalam kuadran III. Dengan tingkat kesesuaian sebesar 100,4%. Atribut PU3 dirasa kurang memuaskan dari penilaian yang telah diberikan responden, namun tidak terlalu dianggap penting bagi pelanggan maxim sehingga prioritas pada atribut ini tergolong rendah.

d. Pelanggan menggunakan maxim terus-menerus dalam jangka waktu panjang (BITU2)

Atribut pelanggan menggunakan aplikasi maxim secara terus-menerus dalam jangka waktu panjang masuk ke dalam kuadran III. Dengan tingkat kesesuaian sebesar 100,2%. Atribut BITU2 dirasa kurang memuaskan dari penilaian yang telah diberikan responden, namun tidak terlalu dianggap penting bagi pelanggan maxim sehingga prioritas pada atribut ini tergolong rendah.

### 4. Kuadran IV (Berlebihan)

Pada kuadran IV terletak atribut yang dianggap tidak penting oleh pelanggan, namun perusahaan memberikan kinerja yang baik sehingga performa menjadi berlebihan. Oleh karena itu perusahaan mampu memindahkan alokasi sumber daya dari atribut ini ke atribut yang lebih penting. Adapun beberapa atribut yang termasuk dalam kuadran IV antara lain:

a. Pelanggan menikmati fitur-fitur yang telah disediakan pada aplikasi maxim (ATU3)

Atribut pelanggan menikmati penggunaan fitur-fitur yang telah disediakan pada aplikasi maxim masuk ke dalam kuadran IV dengan tingkat kesesuaian sebesar 100,8%. Atribut ini telah memenuhi kepuasan pelanggan secara keseluruhan dan harus tetap dijaga kualitasnya. Namun

karena harapan yang rendah terhadap atribut ini. Maka kinerja aplikasi maxim sebesar 0,8% pada atribut ATU3 dapat dialokasikan ke atribut yang lebih penting.

b. Pelanggan merasa senang menggunakan layanan pada aplikasi maxim (ATU2)

Atribut pelanggan merasa senang menggunakan berbagai macam layanan pada aplikasi maxim masuk ke dalam kuadran IV dengan tingkat kesesuaian sebesar 102,2%. Atribut ini telah memenuhi kepuasan pelanggan secara keseluruhan dan harus tetap dijaga kualitasnya. Namun karena harapan yang rendah terhadap atribut ini. Maka kinerja aplikasi maxim sebesar 2,2% pada atribut ATU2 dapat dialokasikan ke atribut yang lebih penting.

c. Pelanggan tertarik mempelajari layanan dan fitur yang tersedia di aplikasi maxim (BITU3)

Atribut pelanggan tertarik dalam mempelajari layanan maupun fitur yang tersedia di aplikasi maxim masuk ke dalam kuadran IV dengan tingkat kesesuaian sebesar 102,4%. Atribut ini telah memenuhi kepuasan pelanggan secara keseluruhan dan harus tetap dijaga kualitasnya. Namun karena harapan yang rendah terhadap atribut ini. Maka kinerja aplikasi maxim sebesar 2,4% pada atribut BITU3 dapat dialokasikan ke atribut yang lebih penting.

d. Aplikasi maxim memiliki tampilan desain antar muka yang tidak membosankan (ATU4)

Atribut aplikasi maxim memiliki tampilan desain antar muka yang tidak membosankan masuk ke dalam kuadran IV dengan tingkat kesesuaian sebesar 106,3%. Atribut ini telah memenuhi kepuasan pelanggan secara keseluruhan dan harus tetap dijaga kualitasnya. Namun karena harapan yang rendah terhadap atribut ini. Maka kinerja aplikasi maxim sebesar 6,3% pada atribut ATU4 dapat dialokasikan ke atribut yang lebih penting.

Secara keseluruhan pembagian kuadran diagram kartesius, kuadran I merupakan kuadran prioritas. Kuadran ini berisikan 5 atribut yang menjadi prioritas perbaikan aplikasi maxim. Atribut prioritas ini merupakan atribut yang masuk kedalam kuadran I, yang bermakna atribut belum dimaksimalkan, namun memiliki potensi untuk meningkatkan kinerja dan sesuai harapan pelanggan. Maka terdapat beberapa usulan perbaikan atribut aplikasi maxim di kuadran I. Pertama, aplikasi maxim dapat menjalin hubungan kemitraan dengan *platform* lain untuk mengintegrasikan layanan baru ke dalam aplikasi maxim yang dapat meningkatkan frekuensi penggunaan pelanggan secara terus menerus. Kedua aplikasi maxim dapat menyediakan layanan *customer service* yang tersedia 24 jam setiap harinya, sehingga pelanggan dapat menghubunginya kapanpun saat dibutuhkan bantuan. Ketiga aplikasi maxim dapat mengupdate desain *user interface* menjadi sederhana sehingga mudah dipahami oleh berbagai usia. Serta menambahkan fitur ukuran *font* untuk membantu penglihatan pengguna lansia dengan jelas. Keempat tim pelayanan aplikasi maxim dapat menangani masalah pelanggan dengan cepat dan efisien, dan memastikan setiap interaksi memberikan pengalaman positif bagi pelanggan. Kelima aplikasi maxim dapat memberikan panduan atau tutorial terkait cara *user* dapat mengintegrasikan fitur-fitur dalam rutinitas sehari-harinya, terkait cara menggunakan fitur pencarian untuk menemukan lokasi yang sering mereka kunjungi.

## SIMPULAN

Tingkat kepuasan yang diperoleh dari tingkat kesesuaian harapan kualitas layanan jasa pada aplikasi maxim adalah sebesar 98,98 % atas 18 atribut yang berarti hubungan kesesuaian antara persepsi dan harapan belum memuaskan. Dikarenakan tingkat kesesuaian masih <100%. Hal ini merupakan suatu kebaruan dikarenakan pada penelitian sebelumnya disebutkan bahwa pelanggan sudah merasa puas pada jasa *online transportation* berdasarkan metode lain. Tingkat kepuasan dapat ditingkatkan dengan memperbaiki atribut kuadran I pada diagram kartesius. Dalam meningkatkan kepuasan pelanggan aplikasi maxim, sebaiknya perusahaan pengelola aplikasi maxim memprioritaskan perbaikan atribut pada kuadran I diagram kartesius. Untuk penelitian selanjutnya dapat dilakukan penggabungan beberapa metode sebagai penentuan tingkat kepuasan pelanggan sebagai pembandingan hasil nyata pada waktu yang bersamaan. Serta

direkomendasikan untuk menggunakan lebih banyak atribut lain untuk dapat diketahui lebih detail, perbaikan apa saja yang perlu dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai kepuasan pelanggan yang lebih tinggi.

## DAFTAR RUJUKAN

- Agustina, M., & Sahfitri, V. (2022). Analysis of Online Transportation User Satisfaction Using the Customer Satisfaction Index (CSI) and Important Performance Analysis (IPA) Methods In Palembang City. *Journal of Information Systems and Informatics*, 4(4), 1063–1075. <https://doi.org/10.51519/journalisi.v4i4.396>
- Amara, R. S., Mutiah, N., & Febriyanto, F. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan E-Commerce Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Mobile Service Quality Dan Importance Performance Analysis (Studi Kasus : Pengguna E-Commerce Shopee Di Kota Pontianak). *Jurnal Komputer Dan Aplikasi*, 10(02), 274–287.
- Astuti, D. Y., E, S. H., & Rahmawati, U. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Aplikasi Maxim Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Research In Accounting Journal*, 1(3), 412–419. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/raj>
- Banggoi, R., Mendo, A. Y., & Asi, L. L. (2023). Analisis Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Online Maxim Untuk Meningkatkan Loyalitas Pengguna Di Kota Gorontalo. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 242–249. <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB>
- Candra, V., Simarmata, N. I. P., Mahyuddin, Purba, B., Sukarman Purba, M. C., Abdurrozzaq Hasibuan, Tiurlina Siregar, S., & Karwanto, Romindo, J. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Medan : Yayasan Kita Menulis.
- Fadillah, M. N., & Bernadisman, D. (2023). Peranan Ojek Online dalam Meningkatkan Omzet UMKM dan Pertumbuhan Ekonomi Digital Indonesia. *JUARA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 32–35.
- Fahlevi, P., & Dewi, A. O. P. (2019). Analisis Aplikasi Ijateng Dengan Menggunakan Teori Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 8(2), 103–111.
- Fauzy, A. (2019). *Metode Sampling*. Tangerang Selatan : Universitas Terbuka.
- Firmansyah, A. (2019). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Deepublish CV Budi Utama.
- Gunawan, A., Wahyuni, N., & Nursekha, V. (2021). Kualitas Pelayanan Aplikasi DANA Terhadap Kepuasan Konsumen. *JIS : Journal of Integrated System*, 4(2), 181–198. <https://doi.org/10.28932/jis.v4i2.3861>
- Hanggono, A. A., Handayani, S. R., & Susilo, H. (2022). Analisis Atas Praktek TAM Dalam Mendukung Bisnis Online Dengan Memanfaatkan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 26(1), 1–9.
- Hasanah, A. N., & Sari, B. N. (2024). Analisis Sentimen Ulasan Pengguna Aplikasi Jasa Ojek Online Maxim Pada Google Play Dengan Metode Naive Bayes Classifier. *Jurnal Informatika Dan Teknik Elektro Terapan*, 12(1), 90–96.
- Japarianto, E., & Anggono, Y. D. (2020). Analisa Pengaruh Perceived Ease of Use Terhadap Intention to Buy Dengan Perceived Usefulness Sebagai Variabel Intervening Pada Aplikasi E-Commerce Tokopedia. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(1), 1–9.
- Jumhadi, & Mulyani, A. S. (2023). Perkembangan Industri Transportasi Ojek Online Di Era 5.0 dari PT. Gojek Indonesia. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(6), 2393–2402.
- Kotler, K. (2019). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta : Erlangga.
- Kurniawan, N. A., & Febrianti, A. (2022). Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Trans Shuttle Menggunakan Metode Importance Performance Analysis. *Diseminasi FTI*, 1(3), 1–10.
- Luwihono, A., Peranginangin, A. F., Makanuay, A., & Penerbangan Jayapura, P. (2020). Peningkatan Moda Transportasi Indonesia Era Digital Berbasis Sistem Cerdas. *ATDS SAINTECH-Journal of Engineering*, 1(3), 55–63.
- Maulidi, W. P., Zahra, H. F., & Hidayat, S. (2024). Analisis Persaingan Ojek Online Pada Aplikasi Gojek, Maxim Dan Grab. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(2), 70–79.



- <https://doi.org/10.59841/intellektika.v2i2.950>
- Minan, K. (2021). Analisis Pendekatan Metode TAM Pada Penggunaan Aplikasi E-Commerce. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(2), 181–187. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i2.1118>
- Musdalifah, M., & Hadisaputro, E. L. (2022). Analisis Kepuasan Pengguna Menggunakan Technology Acceptance Model Pada Aplikasi Dana. *Journal of Computer System and Informatics (JoSYC)*, 4(1), 72–78. <https://doi.org/10.47065/josyc.v4i1.2493>
- Mustopa, Y., Astuti, M., & Sukmasari, D. (2022). Pengaruh Pengendalian Internal Dan Tunjangan Terhadap Kinerja Pegawai Pada Pengadilan Tata Usaha Negara Bandar Lampung. *JAK: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 27(1), 47–54. <https://doi.org/10.23960/jak.v27i1.299>
- Naufaldi, I., & Tjokrosaputro, M. (2020). Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, dan Trust terhadap Intention To Use. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, II(3), 715–722. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i3.9584>
- Novianti, Pusnita, I., Mahdiana, Y., & Alpiansyah, D. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Inovasi Transportasi Online Berbasis Whatsapp di Desa Galang Tinggi Banyuasin III. *Abdimas Altruus: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 163–168.
- Novianti, Putri, N. K. W. L., & Purnamayanti, I. A. G. W. (2022). Analisis Penerimaan Sistem Informasi Menggunakan Technology Acceptance Model (Studi Kasus : Sijalak Desa Pohsanten). *INSERT : Information System and Emerging Technology Journal*, 2(2), 113–125. <https://doi.org/10.23887/insert.v2i2.43135>
- Nurian, A. (2023). Analisis Sentimen Ulasan Pengguna Aplikasi Google Play Menggunakan Naïve Bayes. *Jurnal Informatika Dan Teknik Elektro Terapan*, 11(3s1), 829–835. <https://doi.org/10.23960/jitet.v11i3s1.3348>
- Nurlaila, Setyadi, H. J., & Widagdo, P. P. (2022). Penerapan Metode Technology Acceptance Model (TAM) Untuk Mengukur Penerimaan Website Pejabat Pengelola Informasi Dan Dokumentasi (PPID) Di Diskominfo Kota Samarinda. *Jurnal Adopsi Teknologi Dan Sistem Informasi (ATASI)*, 1(2), 91–99. <https://doi.org/10.30872/atasi.v1i2.347>
- Ramadhanti, E., & Marlina, N. (2021). Analisis Strategi Kualitas Layanan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA). *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 23(3), 431–441.
- Renaldi, R., & Pradana, M. (2023). Analisis Ekspektasi Penggunaan Aplikasi Transportasi Online Menggunakan Pendekatan Importance Performance Analysis (IPA). *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), 887–897. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.4114>
- Rohman, A. N., Mukhsin, M., & Ganika, G. (2023). Penggunaan Technology Acceptance Model Dalam Analisis Actual Use Penggunaan E – Commerce Tokopedia Indonesia Use of the Technology Acceptance Model in Analyzing Actual Use of E - Commerce Tokopedia Indonesia. *JEMAK-BD : Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Keuangan Bisnis Digital*, 2(1), 25–36.
- Ruwaida, R., & Aqilah, N. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Fashion pada Situs Belanja Online Lazada. *Ikraith-Ekonomika*, 6(1), 159–169. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v6i1.2478>
- Sanaky, M. M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11(1), 432–439. <https://doi.org/10.31959/js.v11i1.615>
- Setiawan, M. H., Komarudin, R., & Kholifah, D. N. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Tampilan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pemilihan Aplikasi Marketplace. *Jurnal Infortech*, 4(2), 139–147. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/infortech139>
- Tampanguma, I. K., Kalangi, J. A. F., & Walangitan, O. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Es Miangas Bahu Kota Manado. *Productivity*

- Journal*, 3(1), 7–12.
- Wahid, U., & Eka Puspita, A. (2020). Upaya Peningkatkan Brand Awareness PT. Go-Jek Indonesia Melalui Aktivitas Marketing Public Relations. *Jurnal Komunikasi*, 9(1), 31–43.
- Watung, M. P., Rotinsulu, D., & Tumangkeng, S. (2020). Analisis Perbandingan Pendapatan Ojek Konvensional Dan Ojek Online Di Kota Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 20(03), 126–139.
- Waworuntu, S., Taroreh, R. N., & Sendow, G. M. (2023). Analisis Kepuasan Kerja Dan Kinerja Karyawan Di Cineplex 21 Grup Manado Town Square 3 Menggunakan Importance Performance Analysis. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(4), 01–10. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i4.51063>