
Analysis of the Effect of Maxim Application Service Quality on Customer Satisfaction

Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Aplikasi Maxim Terhadap Kepuasan Pelanggan

Dwi Yuli Astuti¹

Emi Siti Handayani²

Sunaini³

Umi Rahmawati⁴

Winarni⁵

Universitas Muhammadiyah Riau, Pekanbaru

dwiyuliasuti0831@gmail.com

ABSTRACT

Maxim is an international company engaged in information technology and services online-based transportation. In Indonesia, maxim itself first operated in 2018. The company is expanding its wings by not only being an online transportation company that focuses on taxis only, but also other types of transportation services such as motorcycle taxis or cars in general. Satisfaction is an attitude taken based on the experience gained. This is assessment of the characteristics or features of a product, service, or product itself, which provides a level of consumer pleasure by fulfilling consumption needs. consumer goals can be created through service quality and value. This study aims to analyze the level of Maxim Pekanbaru online transportation customer satisfaction, this study uses descriptive data quantitative, Likert scale and the use of the PIECES method, which assesses six problem variables namely: Performance, Information and Data, economy, Control and Security, Efficiency, and Service. PART As a system analysis tool, a detailed and comprehensive system will receive special attention, so that the strengths and weaknesses of the system can be known to be used as a reference for progress the next company. Based on the analysis of the level of consumer satisfaction of online transportation customers Maxim in Pekanbaru, it can be said that Maxim's customer satisfaction level in Pekanbaru reaches value 3.4. This means that the level of customer satisfaction is included in the PUAS category with the existing services.

Keywords: Quality, Service, Customer

ABSTRACT

Maxim merupakan perusahaan internasional yang bergerak dibidang teknologi informasi dan layanan transportasi berbasis online. Di Indonesia maxim sendiri pertama kali beroperasi pada tahun 2018. Perusahaannya semakin melebarkan sayap dengan tidak hanya menjadi perusahaan transportasi online yang berfokus ke taksi saja, melainkan juga jenis layanan angkutan lain seperti ojek atau mobil pada umumnya. Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapat. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk, jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi. Kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas pelayanan dan nilai. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa tingkat kepuasan pelanggan transportasi online Maxim Pekanbaru, penelitian ini menggunakan data deskriptif kuantitatif, Skala likert dan menggunakan metode PIECES, yang menilai dari enam variabel permasalahan yaitu: Kinerja, Informasi dan Data, ekonomi, Kendali dan Keamanan, Efisiensi, dan Layanan. PIECES sebagai alat analisis sistem, suatu sistem secara detail dan menyeluruh akan mendapat perhatian khusus, sehingga kekuatan dan kelemahan sistem dapat diketahui untuk nantinya dijadikan acuan bagi kemajuan perusahaan selanjutnya. Berdasarkan analisa tingkat kepuasan konsumen pelanggan transportasi online Maxim di Pekanbaru dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan konsumen

Maxim di Pekanbaru mencapai nilai 3,4. Yang artinya tingkat kepuasan konsumen masuk dalam kategori PUAS dengan pelayanan yang ada.

Keywords : Kualitas, Pelayanan, Pelanggan

1. Pendahuluan

Seiring dengan berjalannya waktu perkembangan teknologi telah berada pada era *megatrend*, dimana terjadi suatu perubahan besar dalam sosial, ekonomi, politik, dan teknologi yang lambat terbentuk setelah terjadi perubahan tersebut dapat berpengaruh dalam jangka waktu yang lama (BBS Laboratory, 2020). Teknologi juga mempengaruhi cara manusia dalam melakukan transportasi perubahan ini terjadi pada cara manusia memilih transportasi yang akan digunakan. Pada era sekarang ini sudah banyak terdapat perusahaan – perusahaan atau yang saat ini biasa disebut dengan start up yang menjalankan bisnis nya pada bidang transportasi berbasis teknologi, salah satunya ialah start up taxi online asal Rusia, Maxim.

Maxim didirikan di kota Chadrinsk yang terletak di Pegunungan Ural. Perusahaan ini didirikan oleh para insinyur muda dari kota Kurgan, yang memiliki spesialisasi dalam bidang produksi teknologi dan proses yang dapat dilakukan secara otomatis. Para pendiri, Bersama dengan pengemudi yang mereka undang, bekerja sebagai pengemudi taksi dengan menggunakan mobil mereka sendiri. Mereka ingin membuat pekerjaan dilakukan secara otomatis dengan order sebanyak mungkin dan menjadikan layanan ini sebagai pasar yang sangat besar. Cara peningkatan yang berkelanjutan dari kegiatan perusahaan mengarah pada pembagian pekerjaan. Setiap bagian harus melakukan kewajibannya masing-masing: beberapa orang harus membangun pusat pelayanan dan melatih para operator, beberapa yang lainnya mengembangkan produk perangkat lunak dan memberikan dukungan teknis, yang ketiga berkewajiban untuk menarik pengguna, dan yang keempat berkewajiban untuk terlibat dalam kegiatan transportasi.

Selama enam tahun pertama, layanan ini didirikan di 4 kota. Proses bisnis yang efektif dibangun dan tradisi kerja sama yang saling menguntungkan dikembangkan, hal tersebut bertujuan untuk perluasan yang lebih lagi dalam perusahaan. Pada tahun 2009, kami membuka cabang di 7 kota baru sekaligus, pada tahun 2010 - di 17 kota, kemudian perkembangan mencapai 22 kota atau lebih per tahun. Pada tahun 2020, lokasi layanan di Rusia mencakup lebih dari 500 wilayah.

Sejak tahun 2014, Maxim telah memulai bekerja diluar Federasi Rusia, telah dibuka banyak cabang di negara-negara tetangga dan juga negara-negara yang jauh. Maxim telah bertumbuh menjadi perusahaan internasional yang besar (Maxim, 2003). Indonesia merupakan salah satu cabang Maxim diluar federasi Rusia, salah satu kota di Indonesia yang dipilih Maxim untuk mendirikan cabangnya ialah kota Pekanbaru, namun di Pekanbaru sendiri telah hadir banyak ojek *online* berdampak pada semakin ketatnya persaingan dengan masuknya Maxim, hal ini menyebabkan pelanggan semakin selektif. Pelanggan akan memilih salah satu di antara pilihan alternatif yang menurutnya sesuai dengan yang diinginkan. Dengan kondisi demikian Maxim harus mampu menciptakan kepuasan pelanggan.

Maxim harus mampu membuat strategi kepuasan pelanggan, strategi kepuasan pelanggan ini harus didasari dengan suatu pengetahuan yang detail dan akurat terhadap harapan pelanggan. Harapan pelanggan terkadang bisa untuk dikontrol tapi sering perusahaan tidak dapat mengontrol harapan dan hal tersebut dapat membuat pelanggan menjadi lebih mudah untuk berpindah kepada pesaing apabila tidak mendapat hasil yang sesuai dengan yang diharapkan oleh perusahaan. (Putri, Edy, & Marwadi, 2015)

Penelitian ini hanya berfokus menganalisa kepuasan atau pelanggan Maxim. Menurut Lovelock dan Wirtz yang dikutip oleh (Tjiptono, Pemasaran Jasa, 2014, p. 74), kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk, jasa, atau produk itu sendiri (Lubis &

Andayani, 2018), yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi. Kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas, pelayanan dan nilai. Kunci untuk menghasilkan kesetiaan pelanggan adalah memberikan nilai pelanggan yang tinggi. Dalam melakukan kegiatan analisis dan evaluasi sistem informasi terdapat beberapa metode atau model analisis yang bisa kita gunakan, salah satunya adalah model analisis PIECES Framework (Hadisaputro, Hidayatullah, & Sahrul, 2019). Analisis PIECES (Performance, Information, Economy, Control, Efficiency, dan Service) merupakan teknik untuk mengidentifikasi dan memecahkan permasalahan yang terjadi. Dengan menggunakan PIECES sebagai alat analisis sistem, suatu sistem secara detail dan menyeluruh akan mendapat perhatian khusus, sehingga kekuatan dan kelemahan sistem dapat diketahui untuk nantinya dijadikan acuan bagi kemajuan perusahaan selanjutnya (Asbar & Saptari, 2017).

1. Tinjauan Pustaka

2.1 Transportasi *Online*

Semua kegiatan di dalamnya dilakukan secara Online jadi konsumen lebih mudah untuk memesan atau membayar setelah interaksi terhadap karyawan jasa. Masyarakat diberikan kebebasan untuk memilih dan menggunakan transportasi Online maupun konvensional. Perkembangan alat transportasi juga memiliki dampak positif dan negative bagi kehidupan manusia dan lingkungan alam, dampak positif teknologi transportasi dapat memudahkan kelangsungan hidup manusia, dan mempersingkat waktu perjalanan/tidak menghabiskan banyak waktu dalam menempuh perjalanan. Dampak negative nya ialah, Minyak bumi semakin langka, alam menjadi tidak estetik, tingginya kadar polusi udara (Deccasari, 2018).

2.2 Kualitas Layanan

Kualitas adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan suatu yang harus dikerjakan dengan baik. Aplikasi kualitas sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar ataupun sebagai strategi untuk terus tumbuh. Dalam konteks kualitas produk (barang dan jasa) dan kepuasan, telah tercapai konsensus bahwa harapan pelanggan memiliki peranan yang besar sebagai standar perbandingan dalam evaluasi kualitas maupun kepuasan. Menurut Olsen dan Dover, seperti yang dikutip oleh (Tjiptono, Prinsip-prinsip Total Quality Service, 1998), harapan pelanggan merupakan keyakinan pelanggan sebelum mencoba atau membeli suatu produk, yang dijadikan standar atau acuan dalam menilai kinerja produk tersebut

2.3 Analisis *SWOT*

Menurut Freddy (2013), analisis SWOT adalah analisa yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*). Jadi dalam proses pengambilan keputusan dengan cara ini manajemen harus mengkaitkan dengan tujuan, strategi dan kebijakan yang telah ditetapkan dalam perusahaan.

Dalam prinsip SWOT terdapat lingkungan internal yaitu kekuatan dan kelemahan dan lingkungan eksternal yaitu peluang dan ancaman yang digunakan untuk menetapkan perumusan perencanaan dalam upaya penetapan strategi dalam jangka panjang.

Dalam analisis *SWOT* ini menganalisis adanya dua faktor lingkungan bisnis, dimana lingkungan itu berupa :

- a. Lingkungan internal merupakan faktor yang ada dalam perusahaan yang dipengaruhi oleh kekuatan dan kelemahan. Faktor ini berkaitan dengan suatu kondisi didalam perusahaan, dimana dipengaruhi oleh terbentuknya pembuatan keputusan perusahaan.

- b. Lingkungan eksternal merupakan faktor yang ada diluar perusahaan yang dipengaruhi peluang dan ancaman. Faktor ini berkaitan dengan kondisi diluar perusahaan dimana akan mempengaruhi pembuatan keputusan perusahaan.

Dalam penggambaran matriks yaitu bagaimana peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal perusahaan diantisipasi oleh kekuatan dan kelemahan dari lingkungan internal perusahaan. Matriks SWOT akan mempermudah merumuskan berbagai strategi. Pada dasarnya alternatif strategi yang diambil dan diarahkan pada usaha-usaha untuk menggunakan kekuatan dan memperbaiki kelemahan, memanfaatkan peluang-peluang bisnis serta mengatasi ancaman yang ada. Sehingga matriks SWOT tersebut akan memperoleh empat kelompok alternatif strategi yang disebut Strategi SO, strategi ST, strategi WO dan strategi WT.

Menurut Rangkuti (2004), penjelasan untuk masing-masing strategi pada matriks SWOT adalah sebagai berikut:

1. **Strategi SO (Strength-Opportunity)**. Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan yang dimiliki untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar- besarnya.
2. **Strategi ST (Strength-Threat)**. Strategi ini dibuat berdasarkan kekuatan- kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengantisipasi ancaman- ancaman yang ada.
3. **Strategi WO (Weakness-Opportunity)**. Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
4. **Strategi WT (Weakness-Threat)**. Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif, berusaha meminimalkan kelemahan-kelemahan perusahaan serta sekaligus menghindari ancaman-ancaman.

3. Metode Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif, metode ini bertujuan untuk menggambarkan dari berbagai stuasi dan kondisi yang muncul, untuk melakukan penilaian berdasarkan persepsi responden.

Pilihan Jawaban	Singkatan	skor
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Netral	N	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Instrument penelitian ini menggunakan kuisisioner sebagai alat penelitiannya. Kuisisioner yang digunakan terdiri dari 6 variable yaitu :performa, informasi dan data, ekonomsi, kendali dan keamanan, efisiensi, dan layanan.Variabel tersebut sudah termasuk dalam variabel kuantitatif yang diamati dalam penilaian. Scala penilaian yang digunakan adalah Scala Likert dengan 5 variabel, yang ditunjukkan pada tabel 1, dengan penilaian kepuasan yang akan ditunjukkan pada tabel 2. Sampel yang diambil untuk penelitian ini adalah 32 responden yang pernah memakai aplikasi maxim.Teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling.

Range Nilai	Predikat Kepuasan	Predikat Kepuasan
1 - 1,79	Sangat Tidak Setuju	Sangat Tidak Puas
1,8 - 2,59	Tidak Setuju	Tidak Puas
2,6 - 3,39	Netral	Cukup Puas
3,4 - 4,19	Setuju	Puas
4,2 - 5	Sangat Setuju	Sangat Puas

Kode	Domain	No	Pernyataan
P1	<i>Performance</i>	1	Penggunaan aplikasi Maxim sangat mudah dimengerti
P2		2	Fitur di aplikasi Maxim Mudah dimengerti
P3		3	Mudah memesan dengan aplikasi Maxim
P4		4	Kendaraannya sangat Nyaman
P5	<i>Information</i>	1	Maim bisa memesan ke banyak tujuan dengan satu driver yang sama
P6		2	Mudah saat melakukan pembayaran
P7	<i>Economics</i>	1	Maxim menawarkan tarif yang lebih murah dari aplikasi sejenis
P8		2	Mudah saat melakukan pembayaran
P9	<i>Control and Security</i>	1	Saya merasa aman saat menggunakan layanan Maxim
P10	<i>Efficiency</i>	1	Saya merasa menggunakan ojek online Maxim sesuai dengan kebutuhan
P11		2	Aplikasi Maxim cocok digunakan perjalanan jauh
P12		3	Aplikasi Maxim berguna untuk sehari - hari
P13		4	Saya akan terus menggunakan aplikasi Maxim
P14	<i>Service</i>	1	Tepat waktu mencapai tujuan
P15		2	Para driver mementingkan keselamatan pelanggan
P16		3	Para driver tepat waktu saat penjemputan
P17		4	Para driver yang ramah

Metode analisis data yang digunakan adalah metode PIECES. Metode PIECES adalah metode analisis sebagai dasar untuk memperoleh pokok-pokok permasalahan yang lebih spesifik (Hadisaputro, Hidayatullah, & Sahrul, 2019). Dalam menganalisis sebuah sistem, biasanya akan dilakukan terhadap beberapa aspek antara lain adalah kinerja, informasi, ekonomi, keamanan aplikasi, efisiensi dan pelayanan pelanggan. Pada tabel 3 menunjukkan pertanyaan dan pernyataan dalam kuisisioner. Terdapat 6 variabel dalam tabel tersebut yaitu:

1. *Performance* Sebuah konsep pertama dalam metode analisis PIECES. Yang memiliki peran penting dalam menilai proses atau prosedur yang masih mungkin ditingkatkan dan melihat seberapa handal suatu sistem informasi dalam proses. Kinerja diukur dari jumlah produksi (throughput) dan waktu yang dibutuhkan untuk menyesuaikan suatu pekerjaan (response time).
2. *Information* Menilai prosedur yang ada saat ini masih dapat diperbaiki sehingga kualitas informasi menjadi semakin baik dan memiliki nilai yang berguna.
3. *Economics* Menilai apakah prosedur yang ada saat ini masih dapat ditingkatkan manfaatnya (nilai gunanya) atau diturunkan biaya penyelenggaraannya.
4. *Control And Service* Menilai apakah prosedur yang ada saat ini masih dapat ditingkatkan sehingga kualitas pengendalian menjadi semakin baik, dan kemampuannya untuk mendeteksi kesalahan/ kecurangan menjadi semakin baik pula.
5. *Efficiency* Menilai apakah prosedur yang ada saat ini masih dapat diperbaiki, sehingga tercapai peningkatan efisiensi operasi, dan harus lebih unggul dari pada sistem manual.
6. *Service* Menilai apakah prosedur yang ada saat ini masih dapat diperbaiki kemampuannya untuk mencapai peningkatan kualitas layanan. Buatlah kualitas layanan

yang sangat user friendly untuk end – user (pengguna) sehingga pengguna mendapatkan kualitas layanan yang baik.

Metode perhitungan data kepuasan (RK), berdasarkan skor kuisiner (JSK) dan jumlah kuisiner (JK), menggunakan variabel persamaan :

$$RK = \frac{JSK}{JK}$$

4. Results and Discussions (Hasil dan Pembahasan)

4.1 Pengujian validitas instrument penilaian

Fungsi dari pengujian validitas adalah untuk mengetahui validitas di setiap item yang ada pada kuisiner (Riyani, Maizora, & Hanifah, 2017). Pengertian valid adalah bahwa kuisiner bisa dijadikan alat pengumpul data yang efektif untuk menggali permasalahan objek yang diteliti. Pengukuran validitas instrument penelitian dilakukan dengan menggunakan rumus koefisien korelasi pearson product moment. Kriterianya apabila r hitung lebih besar dari r tabel berarti valid apabila sebaliknya jika r hitung lebih kecil dari r tabel berarti tidak valid. Distribusi nilai r tabel signifikansi 5% dan 1% dengan N 32 yaitu 0.349, ditunjukkan pada tabel 4.

Hasil dari kolerasi validitas tabel 4 dapat diketahui bahwa hasil dari perhitungan dengan SPSS, didapatkan koefisien seluruh pertanyaan kuisiner penelitian yang disampaikan kepada peserta kuisiner yang menjadi sampel penelitian memenuhi kriteria valid, yakni hasil pengukuran koefisien validitas lebih besar dari angka penguji r tabel sebesar 0.349.

Hal ini menunjukkan bahwa indikator-indikator penelitian dapat digunakan sebagai pengumpul data yang efektif untuk menggali masalah yang dijadikan objek penelitian, dan selanjutnya dapat dipakai untuk mengukur dimensi-dimensi dan kajian-kajian penelitian lainnya.

NO	Pernyataan	R hitung	rtable 5%	Keterangan
P1	P1	0.748	0.349	Valid
P2	P2	0.753	0.349	Valid
P3	P3	0.747	0.349	Valid
P4	P4	0.751	0.349	Valid
P5	P5	0.567	0.349	Valid
P6	P6	0.648	0.349	Valid
P7	P7	0.691	0.349	Valid
P8	P8	0.768	0.349	Valid
P9	P9	0.679	0.349	Valid
P10	P10	0.721	0.349	Valid
P11	P11	0.617	0.349	Valid
P12	P12	0.778	0.349	Valid
P13	P13	0.662	0.349	Valid
P14	P14	0.637	0.349	Valid
P15	P15	0.751	0.349	Valid
P16	P16	0.719	0.349	Valid
P17	P17	0.532	0.349	Valid

Berdasarkan penyebaran kuisioner kepada 32 responden pengguna jasa maxim, didapatkan hasil seperti yang ada ditabel 5. Kemudian data kuisioner dimasukan pada nilai kepuasan berdasarkan persamaan (1), dan hasilnya akan ditunjukkan pada tabel 5.

Domain	SS	S	N	TS	STS
<i>Performance</i>	4	51	50	11	9
<i>Information</i>	2	28	27	2	5
<i>Economics</i>	16	30	11	3	2
<i>Control and Security</i>	2	14	13	1	2
<i>Efficiency</i>	20	39	51	13	7
<i>Service</i>	15	50	73	9	11

Domain	Rata - rata	Predikat
<i>Performance</i>	3.24	Cukup Puas
<i>Information</i>	3.31	Cukup Puas
<i>Economics</i>	3.88	Puas
<i>Control and Security</i>	3.4	Puas
<i>Efficiency</i>	3.4	Puas
<i>Service</i>	4.85	Sangat Puas

Berdasarkan hasil dari data yang dihasilkan dari responden kuisioner maxim, domain performance dan Information, berada kategori CUKUP PUAS, sedangkan Economics, Control and Security dan efficiency berada dikategori PUAS, dan Service berada dikategori SANGAT PUAS, yang artinya para konsumen Maxim berdasarkan kerangka PIECES konsumen merasa PUAS dengan pelayanan Maxim saat ini.

5. Conclusion (Penutup)

Berdasarkan analisa tingkat kepuasan konsumen pelanggan transportasi online Maxim di Pekanbaru dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan konsumen Maxim di Pekanbaru mencapai nilai 3,4. Yang artinya tingkat kepuasan konsumen masuk dalam kategori PUAS dengan pelayanan yang ada.

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan kami diatas mengenai transportasi online Maxim untuk mempertahankan nilai kepuasan dimata pelanggan, dan menambah pilihan menu pada tampilan aplikasi Maxim agar dapat menarik minat para pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama.

Aknowledgement (Ucapan Terima Kasih)

Dengan selesainya jurnal ini, kami mengucapkan terima kasih banyak kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penulisan jurnal ini. Kepada pembimbing kami yang selalu sabar dan membimbing kami dengan baik. Tanpa beliau jurnal ini tidak akan selesai sesuai dengan yang dibutuhkan. Kami berharap bahwa jurnal ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan penulis di masa depan. Saran dan kritik penulis harapkan demi pengembangan dan perbaikan jurnal ini kedepannya. Sekali lagi kami ucapkan terima kasih.

Daftar Pustaka

- Asbar, Y., & Saptari, M. (2017). Analisa Dalam Mengukur Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode PIECES. *Jurnal visioner & strategis*, 39-47.
- BBS Laboratory. (2020, February 26). *SIAPKAH INDONESIA MENGHADAPI MEGATREND ERA DI TAHUN 2020 ?* Retrieved from bbs.binus.co.id: <https://bbs.binus.ac.id/bbslab/2020/02/siapkah-indonesia-menghadapi-megatrend-era-di-tahun-2020/>
- Deccasari. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan. *Jurnal administrasi dan bisnis. Vol 12, No 1 ISSN 1987-726X*.
- Hadisaputro, E., Hidayatullah, S., & Sahrul, S. (2019). Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayan Aplikasi Gojek Dengan Metode PIECES Framework. *j-Sim : Jurnal Sistem Informasi*, 47-53.
- Lubis, A. S., & Andayani, N. R. (2018). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN (SERVICE QUALITY) TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT. SUCOFINDO BATAM. *JOURNAL OF APPLIED BUSINESS ADMINISTRATION*, 232-243.
- Maxim. (2003). *Tentang Perusahaan - Maxim*. Retrieved from id.taximaxim.com: <https://id.taximaxim.com/about/>
- Riyani, R., Maizora, & Hanifah. (2017). "Uji Validitas Pengembangan Tes Untuk Mengukur. *J.Peneliti. Pembelajaran Mat. Sekol., vol. 1, no. 1*, 60-65.
- Setyaningsih, E., Ismawan, E., & Hidayat, T. (2019). Analisa Tingkat Kepuasan Pelanggan Transportasi Online Maxim di Balikpapan. *j-sim : Jurnal Sistem Informasi, Vol. 3, No. 1*, 33-38.
- Hardilawati, W. laura, & Zulkarnain, Z. (2018). Analisis Penerapan Customer Relationship Marketing serta Dampaknya Pada Nilai dan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 8(1), 118-127
- Tjiptono, F. (1998). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (1998). *Prinsip-prinsip Total Quality Service* . Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.