

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi signifikan dalam sektor transportasi, khususnya melalui layanan berbasis aplikasi (*ride-hailing*). Layanan ini hadir sebagai solusi atas permasalahan mobilitas masyarakat perkotaan, seperti kemacetan, keterbatasan transportasi umum, serta kebutuhan akan efisiensi dan kemudahan akses. *Ride-hailing* adalah suatu kemajuan dalam dunia transportasi berbentuk aplikasi untuk memanggil atau meminta pengemudi lokal untuk menjemput dan membawa langsung ke lokasi tertentu yang dituju (Mujtaba, 2021). Urbanisasi dan kepadatan lalu lintas mendorong meningkatnya kebutuhan akan transportasi yang efisien. Hal ini membuat masyarakat beralih ke layanan transportasi berbasis aplikasi yang menawarkan kemudahan dan fleksibilitas. Transportasi *online* menjadi solusi alternatif yang dianggap mampu memenuhi kebutuhan dibandingkan transportasi konvensional. Masyarakat di Kota Medan, menunjukkan peningkatan signifikan dalam penggunaan layanan transportasi berbasis aplikasi. Kecamatan Medan Kota merupakan wilayah dengan tingkat aktivitas ekonomi dan mobilitas masyarakat yang tinggi, sehingga kebutuhan akan layanan transportasi yang cepat, praktis, dan terjangkau menjadi semakin penting. Keberagaman karakteristik penduduk, yang mencakup pelajar, pekerja, hingga pelaku usaha kecil, yang menjadikan kebutuhan terhadap sarana transportasi yang praktis dan terjangkau semakin meningkat. Kemudahan akses melalui perangkat digital membuat layanan ini semakin dekat dengan pengguna, sehingga mendorong peralihan perilaku masyarakat ke arah penggunaan aplikasi transportasi. Keunggulan yang ditawarkan beragam, mulai dari kemudahan dalam proses pemesanan, transparansi tarif, beragam pilihan moda perjalanan, hingga integrasi dengan sistem pembayaran digital yang mendukung gaya hidup serba cepat. Keunggulan-keunggulan tersebut menjadikan transportasi *online* semakin diminati, khususnya oleh masyarakat perkotaan yang membutuhkan solusi cepat dan efisien dalam mengatasi permasalahan mobilitas sehari-hari.

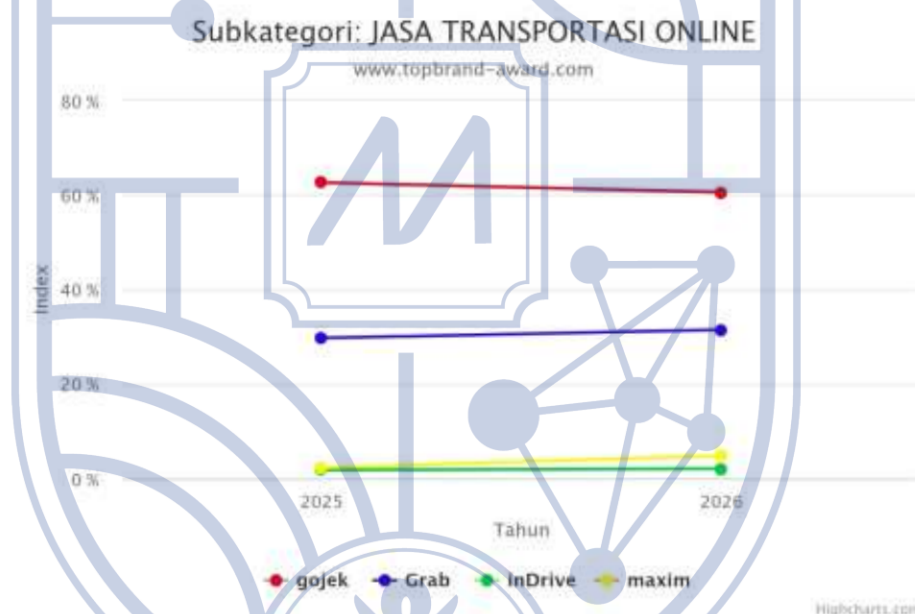
Di tengah persaingan industri *ride-hailing* di Indonesia yang semakin ketat, berbagai perusahaan seperti Gojek, Grab, InDriver, dan Maxim saling menawarkan

keunggulan kompetitif untuk menarik pengguna. Salah satu yang menunjukkan perkembangan signifikan adalah Maxim, yang menempatkan tarif rendah sebagai strategi utama untuk menarik pengguna.

Maxim merupakan salah satu penyedia layanan transportasi *online* yang berkembang pesat dengan strategi harga yang relatif lebih rendah dibandingkan kompetitor. Namun, keunggulan harga tersebut belum tentu diikuti dengan tingkat kepuasan pelanggan yang optimal, Maxim harus mampu meningkatkan kepuasan pelanggan melalui optimalisasi pengalaman penggunaan, baik dari segi kemudahan akses, kenyamanan layanan, maupun kualitas interaksi antara pengemudi dan pengguna. Maxim menjadi pilihan populer di kalangan masyarakat karena menawarkan biaya perjalanan yang lebih ekonomis serta kemudahan akses melalui aplikasi digital. Pengguna cenderung memilih layanan transportasi *online* ini karena faktor kualitas layanan, kecepatan akses, kemudahan memperoleh moda transportasi, kenyamanan, serta tarif yang kompetitif. Namun, aspek keamanan dinilai tidak terlalu dominan dalam memengaruhi keputusan pengguna dalam memilih layanan transportasi daring tersebut (Sri Muliani, 2022).

Kehadiran Maxim cukup diminati masyarakat, terutama kelompok yang mempertimbangkan faktor harga, dan relevan dengan karakteristik Kota Medan yang memiliki tingkat kepadatan lalu lintas tinggi serta mobilitas masyarakat yang beragam, mulai dari pelajar, pekerja, hingga pedagang. Meskipun menawarkan harga yang kompetitif, Maxim masih menghadapi berbagai permasalahan, seperti keterlambatan pengemudi, ketidakkonsistenan layanan, gangguan aplikasi, serta kekhawatiran terhadap keamanan. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan pelanggan dengan layanan yang diterima. Maxim masih menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan dalam memperluas pangsa pasar, persepsi masyarakat mengenai kualitas layanan dan keamanan, serta tantangan dalam membangun citra merek. Di Medan, beberapa insiden penyalahgunaan atribut resmi perusahaan *ride-hailing* atau penyamaran oleh oknum untuk melancarkan tindakan kriminal seperti pengiriman paket ilegal, penipuan identitas pengemudi, atau pemalsuan identitas atribut driver telah menimbulkan kekhawatiran dan berdampak negatif terhadap kepercayaan masyarakat terhadap keamanan dan keandalan layanan *ride-hailing* (Lenti Susanna Saragih, 2024). Oleh karena itu, meskipun Maxim memiliki peluang

tumbuh di Medan, perusahaan perlu memperkuat kualitas layanan, meningkatkan aspek keamanan, dan membangun kembali kepercayaan pelanggan. Faktor-faktor tersebut menjadi kunci dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya menentukan keberhasilan dan daya saing Maxim di tengah industri transportasi *online* yang kompetitif. Dengan mempertimbangkan kondisi tersebut, penelitian ini berfokus pada pengguna layanan Maxim di Kecamatan Medan Kota sebagai cerminan masyarakat perkotaan yang memiliki intensitas tinggi dalam memanfaatkan transportasi berbasis aplikasi. Pemilihan wilayah ini didasarkan pada keberagaman karakteristik pengguna yang dinilai mampu menggambarkan dinamika perilaku konsumen di lingkungan perkotaan terhadap penggunaan layanan transportasi digital.



Sumber: Top Brand Index (<https://share.google/yUyWcq9MSvUZQDY5b>)

Gambar 1. 1 Perkembangan Jasa Transportasi Online Di Indonesia 2025-2026

Berikut merupakan hasil data Top Brand Index perkembangan jasa transportasi di Indonesia pada tahun 2025-2026

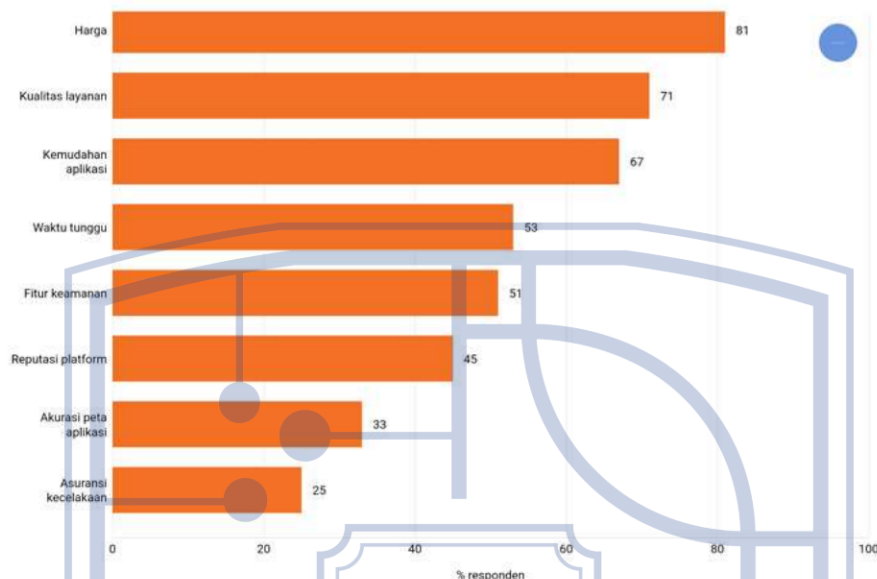
**Tabel 1. 1 Perkembangan Jasa Transportasi Online
Di Indonesia 2025-2026**

Tahun	Gojek	Grab	Indrive	Maxim
2025	62,6%	29,7%	1,8%	2,3%
2026	60,57%	31,48%	2,08%	4,79%

Sumber: Top Brand Index (<https://share.google/yUyWcq9MSyUZQDY5b>)

Berdasarkan Gambar 1.1, bahwa persaingan jasa transportasi *online* di Indonesia pada tahun 2025 hingga 2026 menunjukkan kondisi yang cukup kompetitif. Gojek masih menempati posisi tertinggi dibandingkan merek transportasi *online* lainnya, meskipun mengalami sedikit penurunan indeks dari tahun 2025 ke tahun 2026. Sementara itu, Grab menunjukkan peningkatan indeks pada periode yang sama. Di sisi lain, inDrive dan Maxim masih berada pada tingkat indeks yang relatif lebih rendah dibandingkan Gojek dan Grab, meskipun keduanya menunjukkan peningkatan indeks pada tahun 2026. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa persaingan dalam industri jasa transportasi *online* tidak hanya ditentukan oleh keberadaan dan popularitas merek, tetapi juga oleh kemampuan perusahaan dalam mempertahankan dan meningkatkan persepsi positif konsumen. Peningkatan indeks yang terjadi pada Maxim dari tahun 2025- 2026 menunjukkan adanya perkembangan positif dalam posisi merek di tengah persaingan industri transportasi *online*. Namun, posisi Maxim yang masih berada di bawah Gojek dan Grab menunjukkan bahwa Maxim masih menghadapi tantangan dalam meningkatkan daya saing dan memperkuat posisi mereknya di pasar. Dalam kondisi persaingan tersebut, Maxim perlu memperhatikan berbagai faktor yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, terutama kualitas layanan, kemudahan penggunaan, dan keamanan penggunaan. Ketiga faktor tersebut menjadi penting karena pengalaman yang dirasakan pelanggan selama menggunakan layanan dapat memengaruhi penilaian dan kepuasan mereka terhadap Maxim. Oleh karena itu, fenomena persaingan merek transportasi menjadi salah satu dasar untuk mengkaji lebih faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan Maxim di Kecamatan Medan Kota, dengan pengalaman penggunaan sebagai variabel moderasi.

Pertimbangan Warga Indonesia dalam Memilih Layanan Ojek Online (2025-2026)



Sumber: Databoks.Katadata.co.id (<https://short-url.cc/1uF0z>)

Gambar 1. 2 Pertimbangan Warga Indonesia Dalam Memilih Layanan Ojek Online 2025-2026

Berdasarkan Gambar 1.2 bahwa terdapat beberapa faktor utama yang menjadi pertimbangan masyarakat Indonesia dalam memilih layanan ojek *online*. Faktor yang paling dominan adalah harga dengan persentase sebesar 81%, diikuti oleh kualitas layanan sebesar 71%, kemudahan aplikasi sebesar 67%, waktu tunggu sebesar 53%, fitur keamanan sebesar 51%, reputasi platform sebesar 45%, akurasi peta aplikasi sebesar 33%, dan asuransi kecelakaan sebesar 25%. Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat tidak hanya mempertimbangkan aspek tarif yang terjangkau, tetapi juga memperhatikan kualitas pelayanan, kemudahan penggunaan aplikasi, serta keamanan selama menggunakan layanan transportasi *online*. Tingginya persentase pada aspek kualitas layanan dan kemudahan aplikasi mengindikasikan bahwa pengguna mengharapkan pengalaman penggunaan yang praktis, cepat, dan mampu memenuhi kebutuhan mobilitas sehari-hari. Selain itu, aspek fitur keamanan juga menjadi perhatian penting karena berkaitan dengan perlindungan pengguna selama proses perjalanan maupun keamanan data pribadi.

Hasil tersebut sejalan dengan fenomena yang terjadi pada industri transportasi *online* di Indonesia, di mana persaingan antar transportasi *online*, seperti Gojek, Grab,

inDrive, dan Maxim, tidak lagi hanya berfokus pada persaingan harga, tetapi juga pada kemampuan perusahaan dalam memberikan kualitas layanan yang baik, kemudahan penggunaan aplikasi, serta jaminan keamanan bagi pengguna. Meskipun Maxim dikenal menawarkan tarif yang lebih ekonomis dibandingkan beberapa kompetitornya, perusahaan tetap perlu meningkatkan kualitas layanan, kemudahan penggunaan aplikasi, dan keamanan agar mampu meningkatkan kepuasan pelanggan serta mempertahankan daya saing di tengah persaingan industri yang semakin kompetitif.

Kepuasan Pelanggan adalah persepsi pelanggan bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui (Gultom, 2020). Kepuasan pelanggan bermakna perbandingan antara apa yang diharapkan konsumen dengan apa yang dirasakan konsumen ketika menggunakan produk tersebut. Bila konsumen merasakan performa produk sama atau melebihi ekspektasinya, berarti konsumen puas. Sebaliknya jika performa produk kurang dari ekspektasinya, berarti konsumen tidak puas. Maxim sebagai salah satu perusahaan transportasi daring, memiliki daya tarik utama berupa biaya layanan yang relatif lebih rendah dibandingkan kompetitornya seperti Gojek, dan Grab. Akan tetapi, meskipun harga yang lebih murah sering menjadi faktor pendorong awal konsumen untuk memilih, kepuasan pelanggan bukan hanya bergantung pada tarif, melainkan juga dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang mereka alami secara langsung. Dalam kenyataannya, ada pengguna yang merasa puas karena mendapatkan layanan yang selaras dengan apa yang mereka harapkan, seperti tarif yang ekonomis dan kemudahan pengguna aplikasi. Namun, di sisi lain sebagian pelanggan mengalami ketidakpuasan disebabkan oleh masalah-masalah seperti pengemudi yang terlambat tiba, standar layanan yang tidak konsisten, serta gangguan pada stabilitas aplikasi. Perbedaan pengalaman tersebut mengindikasikan bahwa kepuasan pelanggan terhadap layanan Maxim tidak hanya mempengaruhi niat untuk memakai layanan kembali, tetapi juga mempengaruhi citra publik dan kepercayaan terhadap merek.



Sumber : Data Primer Penelitian, 2026

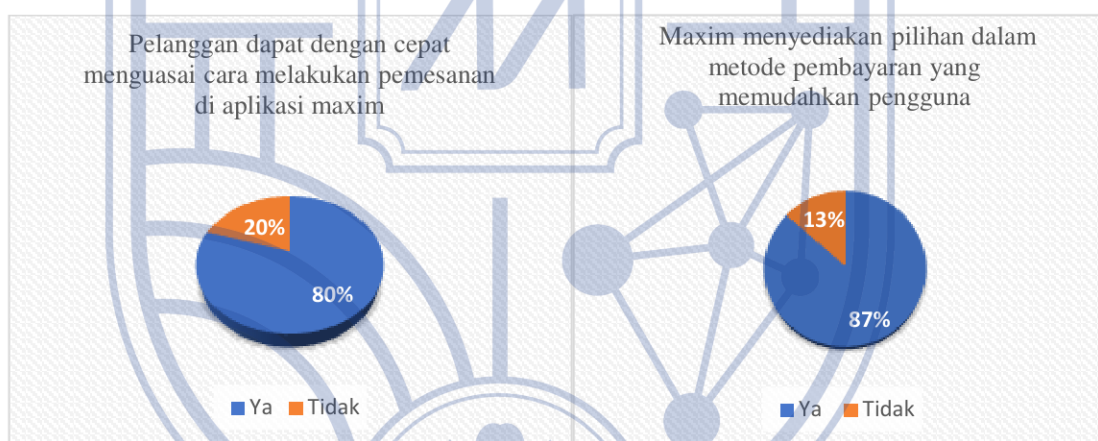
Gambar 1. 3 Hasil Pra- Survei kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil pra-survei mengenai kepuasan pelanggan yang dilakukan terhadap 33 responden pengguna layanan maxim di kecamatan Medan kota, diketahui bahwa 93% responden menyatakan Maxim mampu menjemput dan mengantarkan pelanggan tepat waktu dan sesuai pesanan, sedangkan 7% responden menjawab tidak.

Meskipun mayoritas responden memberikan penilaian positif, masih terdapat sebagian responden yang mengalami ketidakpuasan, yang menunjukkan adanya permasalahan dalam konsistensi layanan Maxim. Namun, kelompok responden yang tidak menjadikan Maxim mampu menjemput dan mengantarkan pelanggan tepat waktu dan sesuai pesanan dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti keterlambatan akibat lalu lintas, gangguan teknis pada aplikasi, serta kurang optimalnya koordinasi antara pengguna dan pengemudi saat proses penjemputan. Hasil lanjutan menunjukkan bahwa 77% responden di kecamatan Medan Kota menganggap Maxim berusaha memberikan layanan adil dan memperhatikan kepentingan setiap pelanggan dalam kepuasan pelanggan, sementara 23% lainnya tidak. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa sebagian pengguna mungkin mengalami variasi kualitas layanan, seperti kurang konsistennya sikap pengemudi, kurang responsif dalam merespons pesanan, serta tidak transparansi dalam menghitung tarif yang diberlakukan. Kondisi ini mengindikasikan bahwa masih terdapat kesenjangan antara harapan pelanggan dengan layanan yang diterima. Dengan demikian, hasil pra-survei mengindikasikan bahwa kepuasan pelanggan terhadap layanan Maxim belum sepenuhnya tercapai secara merata. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan pelanggan dengan layanan yang diterima, yang berpotensi menurunkan tingkat

kepercayaan serta memengaruhi keputusan pelanggan untuk terus menggunakan layanan Maxim.

Pengalaman penggunaan kerap akan menjadi suatu penilaian yang harus diperhatikan karena dengan pengalaman yang dirasakan pengguna, maka akan berdampak pada kepuasan pelanggan dan ketika pengguna puas dengan apa yang didapatkan berdasarkan pengalaman pribadi maka bukan tidak mungkin pengguna tersebut akan merekomendasikannya ke orang lain yang belum memakai aplikasi yang sama (Ridha Annisa Sabilla, 2025). Pengalaman pengguna merupakan aspek penting dalam interaksi antara pengguna dengan suatu produk, sistem, atau layanan digital. Hal ini mencakup perasaan, kepuasan, serta persepsi yang terbentuk setelah menggunakan layanan tersebut. Pada penelitian ini pengalaman penggunaan dipandang sebagai variabel moderasi yang dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh kualitas layanan, kemudahan dan keamanan terhadap kepuasan.



Sumber : Data Primer Penelitian, 2026

Gambar 1. 4 Hasil Pra- Survei Pengalaman Penggunaan

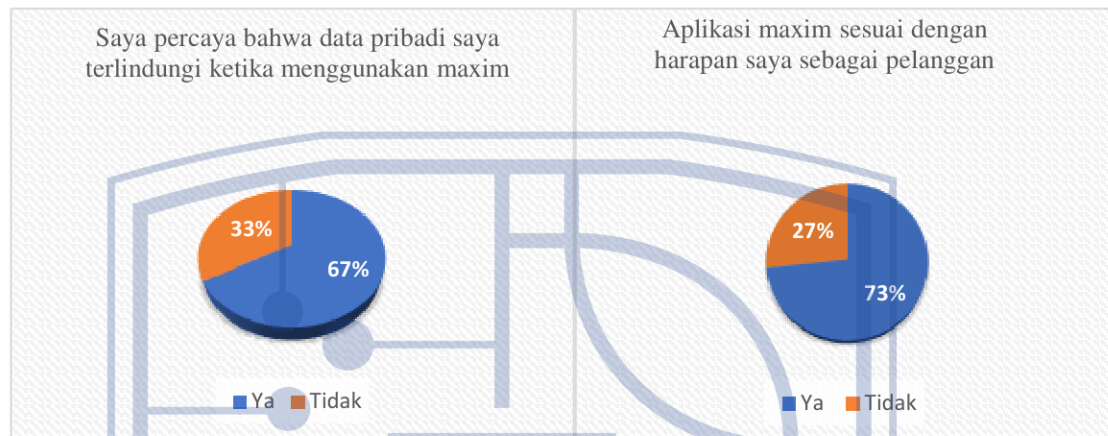
Berdasarkan hasil pra-survei yang dilakukan terhadap pengguna layanan Maxim di Kecamatan Medan Kota, diperoleh bahwa 80% responden menyatakan dapat dengan cepat menguasai cara melakukan pemesanan melalui aplikasi Maxim, sedangkan 20% responden lainnya menyatakan masih mengalami kesulitan dalam memahami proses pemesanan. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna merasa aplikasi Maxim memiliki tampilan yang sederhana dan mudah digunakan, sehingga memberikan kemudahan dalam mengakses layanan transportasi secara digital. Selain itu, 87% responden menyatakan bahwa Maxim telah menyediakan beragam metode pembayaran yang memudahkan proses transaksi, sedangkan 13%

responden menilai masih terdapat keterbatasan atau kendala dalam sistem pembayaran.

Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun sebagian besar pengguna merasa aplikasi cukup mudah digunakan, masih terdapat sebagian pengguna yang mengalami kendala dalam proses penggunaan aplikasi. Kesulitan tersebut diduga disebabkan oleh tampilan antarmuka yang kurang intuitif, kurangnya pemahaman pengguna baru terhadap fitur aplikasi, serta kendala teknis dalam sistem pembayaran. Permasalahan ini mengindikasikan bahwa pengalaman penggunaan belum sepenuhnya optimal bagi seluruh pengguna. Kondisi tersebut berpotensi memengaruhi persepsi pengguna terhadap layanan serta berdampak pada tingkat kepuasan pelanggan dalam menggunakan aplikasi Maxim.

Kualitas layanan merupakan variabel yang paling dominan untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan atau konsumen, jadi perusahaan harus memperhatikan dengan serius kualitas pelayanan dengan meningkatkan segala aspek yang bisa menunjang kualitas pelayanan pada konsumen (Apriliana, 2022). Kualitas layanan ini adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaian agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut. Dengan demikian, layanan merupakan hal yang sangat penting dalam upaya menarik konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Dalam praktik layanan transportasi daring seperti Maxim, kualitas layanan tampak sebagai pengaruh utama yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kualitas layanan mencakup aspek teknis yang meliputi keandalan aplikasi seperti stabilitas, akurasi tarif, dan kecepatan pemesanan. Selain itu, aspek fungsional juga terkait terhadap kualitas layanan, dalam ketepatan waktu pengemudi, sopan santun, dan kemampuan menyelesaikan masalah pelanggan. Pengguna dapat merasa puas jika aspek-aspek tersebut konsisten dengan harapan penggunaan tarif yang kompetitif dipadukan dengan waktu tunggu yang singkat dan proses klaim atau dukungan yang responsif. Sebaliknya, gangguan seperti terus-menerusnya keterlambatan pengemudi, antarmuka aplikasi yang membingungkan, atau respons layanan pelanggan yang lambat, cenderung menurunkan persepsi kualitas layanan meskipun tarif relatif murah. Oleh karena itu, bagi Maxim strategi peningkatan kualitas layanan harus bersifat secara menyeluruh sehingga perbaikan teknologi

aplikasi, standar operasional pengemudi, serta tata kelola komunikasi dan penyelesaian keluhan membuat kepuasan pelanggan meningkat dan citra merek terjaga di tengah persaingan *ride-hailing*.



Sumber : Data Primer Penelitian, 2026

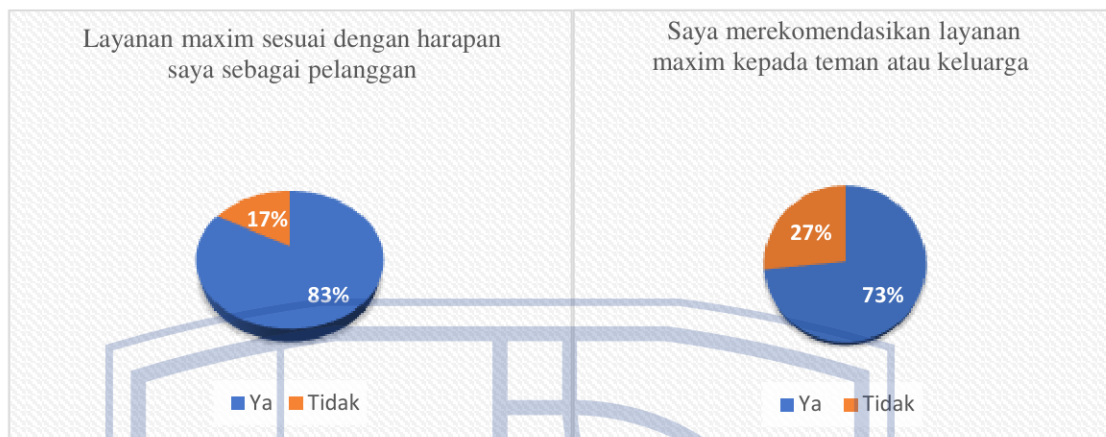
Gambar 1. 5 Hasil Pra- Survei Kualitas Layanan

Berdasarkan hasil pra-survei yang dilakukan terhadap pengguna layanan Maxim di Kecamatan Medan Kota, diperoleh bahwa 67% responden percaya data pribadi pelanggan terlindungi dengan baik ketika menggunakan aplikasi Maxim. Sedangkan 33% responden menyatakan masih memiliki keraguan terhadap keamanan data pribadi. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat kepercayaan yang cukup tinggi terhadap sistem keamanan data pribadi dalam melindungi informasi pengguna, seperti nomor telepon dan lokasi yang diterapkan oleh Maxim, meskipun masih terdapat sebagian kecil pengguna yang belum sepenuhnya yakin akan keamanan informasi pribadi dalam aplikasi. Hasil lanjutan menunjukkan bahwa 73% responden menyatakan aplikasi Maxim sudah sesuai dengan harapan pelanggan, sementara itu 27% responden menilai layanan yang diberikan belum sepenuhnya memenuhi ekspektasi. Ketidaksetujuan ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti, aplikasi yang berjalan lambat, kesulitan dalam menemukan pengemudi, tampilan antarmuka yang kurang intuitif, atau tarif dengan estimasi awal.

Berdasarkan penelitian terdahulu, mengenai kualitas layanan pada transportasi *online* menunjukkan hasil yang berbeda. (Sri Wiwin A. Moha, 2024) dan (Supian Sauri, 2024) menemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun, penelitian (Muhammad Aldi Al Ridho, 2021)

dan (Budiarno, 2022) justru menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kemudahan penggunaan adalah tingkat keyakinan dari penggunaan terhadap suatu usaha dalam menggunakan sebuah sistem (Hasdani, 2021). Kemudahan dalam menggunakan sistem menjadi salah satu hal yang dipertimbangkan dalam melakukan pembelian *online*, pemesanan *online* dan lain-lain. Kemudahan akan dirasakan apabila seseorang dapat memahami dan dengan mudah menggunakan suatu sistem atau teknologi. Faktor kemudahan ini terkait tentang bagaimana operasional dalam bertransaksi secara *online* dan juga terkait bagaimana kemudahan dalam penggunaannya. Suatu kemudahan akan memberikan dorongan bagi perilaku penggunaannya, dimana semakin mudah suatu sistem digunakan maka akan semakin tinggi keinginan seseorang untuk menggunakan sistem tersebut. Dalam konteks layanan *ride-hailing* Maxim, kemudahan dapat dilihat dari bagaimana pengguna dapat memesan kendaraan dengan cepat, memilih jenis layanan sesuai kebutuhan, hingga melakukan pembayaran melalui berbagai metode digital yang disediakan. Fenomena di lapangan menunjukkan bahwa Maxim menjadi alternatif pilihan transportasi bagi masyarakat karena menghadirkan aplikasi dengan desain yang sederhana dan tarif yang lebih ekonomis dibanding kompetitor lainnya. Kondisi ini juga tampak dari peningkatan jumlah pengguna baru di berbagai wilayah Indonesia, terutama di kalangan pelajar dan mahasiswa yang membutuhkan sarana dan biaya yang lebih hemat. Tingkat kemudahan yang disediakan oleh aplikasi Maxim memberikan dorongan bagi penggunaannya, yang dimana semakin mudah suatu sistem untuk digunakan, maka semakin tinggi juga intensi seseorang untuk menggunakan layanan tersebut secara berulang.



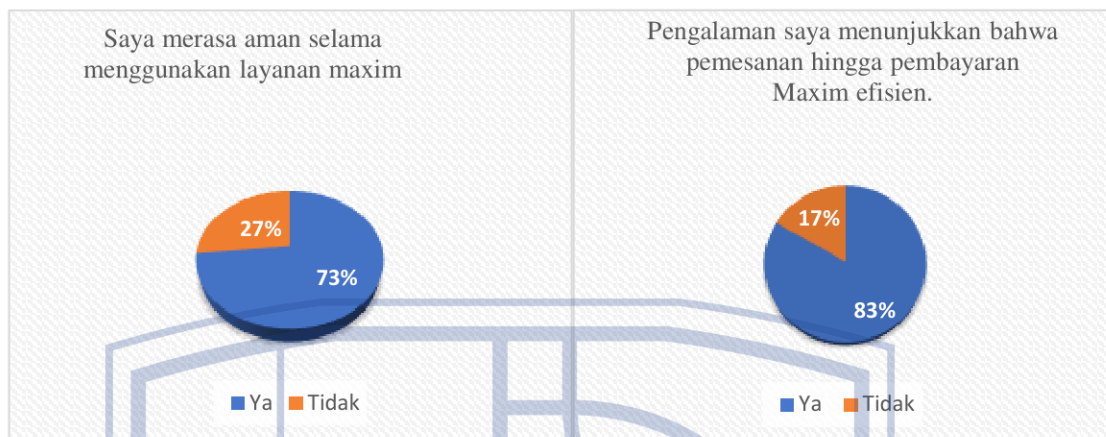
Sumber : Data Primer Penelitian, 2026

Gambar 1. 6 Hasil Pra- Survei kemudahan Penggunaan

Berdasarkan hasil pra-survei yang dilakukan terhadap pengguna layanan Maxim di Kecamatan Medan Kota, 83% mayoritas responden menunjukkan bahwa layanan Maxim telah memenuhi tingkat kemudahan penggunaan yang baik, sedangkan 17% responden tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa fitur yang disediakan dalam aplikasi dinilai mudah dipahami, navigasi menu cukup sederhana, serta proses pemesanan dapat dilakukan dengan cepat dan efisien. Sementara itu, sebagian kecil responden yang tidak setuju kemungkinan masih mengalami kendala dalam penggunaan aplikasi seperti, proses pemesanan yang terkadang gagal, kesulitan dalam melakukan pembatalan atau perubahan pesanan, serta gangguan teknis pada sistem seperti keterlambatan pembaruan status perjalanan. Berdasarkan hasil tersebut, diperlukan upaya perbaikan terhadap kestabilan sistem aplikasi sehingga kemudahan penggunaan dapat meningkat dan pengalaman pengguna menjadi lebih baik. Selain itu, 73% responden merekomendasikan layanan Maxim kepada teman atau keluarga, sedangkan 27% lainnya tidak, menunjukkan bahwa sebagian pengguna belum sepenuhnya merasa nyaman dalam menggunakan aplikasi Maxim. Beberapa di antaranya mungkin mengalami kesulitan dalam memahami langkah-langkah pemesanan, kesalahan sistem saat melakukan transaksi, atau gangguan jaringan yang menghambat proses penggunaan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa aplikasi Maxim dinilai memiliki tingkat kemudahan penggunaan yang cukup baik oleh sebagian besar responden. Hal ini menunjukkan bahwa fitur serta antarmuka yang disediakan telah mampu mendukung efektivitas dan kenyamanan pengguna dalam mengakses layanan Maxim di Kecamatan Medan Kota.

Berdasarkan penelitian terdahulu mengenai kemudahan penggunaan pada transportasi *online* menunjukkan hasil yang berbeda. (Suteja, 2025) dan (Latuo, 2025) menemukan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun, penelitian (Muliawan Hendarto Kusumo, 2023) dan (Yuliana Marampa, 2024) justru menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Keamanan merupakan kemampuan dalam melakukan pengontrolan dan penjagaan atas transaksi data sehingga akan meningkatkan kepercayaan dan berdampak pada keputusan pelanggan (Desi Wahyuningsih, 2022). Keamanan dapat berupa kerahasiaan, data pribadi, dan jaminan garansi yang diberikan oleh perusahaan. Selain itu, keamanan tidak hanya mencakup perlindungan data pengguna, tetapi juga mencakup keamanan dalam proses transaksi, baik dalam hal pembayaran, penyimpanan riwayat perjalanan, maupun perlindungan akun pengguna dari potensi peretasan. Dalam penggunaan layanan *ride-hailing* Maxim, aspek keamanan menjadi salah satu perhatian penting karena berhubungan dengan data sensitif pengguna, seperti nomor telepon, titik penjemputan, hingga pilihan metode pembayaran digital. Fenomena di lapangan menunjukkan bahwa masih banyak kekhawatiran dari sebagian konsumen mengenai potensi penyalahgunaan data maupun kerentanan akun, seiring maraknya kasus kejahatan siber di sektor layanan digital. Meskipun begitu, Maxim berusaha meningkatkan kepercayaan terhadap konsumen dengan menyediakan berbagai fitur keamanan, antara lain melalui verifikasi akun, pencatatan riwayat perjalanan secara transparan, serta penyediaan metode pembayaran yang memiliki jaminan keamanan. Dengan demikian, sistem keamanan yang kuat akan mendukung terciptanya rasa aman dan nyaman dalam setiap interaksi pelanggan dengan aplikasi. Rasa aman tersebut pada akhirnya akan berkontribusi pada tingkat kepuasan pelanggan, karena pelanggan merasa dilindungi dan terhindar dari risiko yang dapat merugikan pelanggan.



Sumber : Data Primer Penelitian, 2026

Gambar 1. 7 Hasil Pra- Survei Keamanan Penggunaan

Berdasarkan hasil pra-survei yang dilakukan terhadap pengguna layanan Maxim di Kecamatan Medan Kota, 73% responden merasa aman saat menggunakan layanan Maxim, sedangkan 27% responden tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa layanan telah berhasil memberikan rasa nyaman melalui beberapa faktor, seperti sistem pelacakan, identitas pengemudi, dan standar pelayanan. Sementara itu, sebagian kecil responden mungkin masih memiliki kekhawatiran atau pengalaman negatif yang memicu keraguan terhadap aspek keamanan seperti, perilaku pengemudi, rute yang mencurigakan, kondisi kendaraan, dan minimnya bantuan darurat. Selain itu, 83% responden menilai proses pemesanan hingga pembayaran pada aplikasi sangat efisien. Persepsi ini didorong oleh kemudahan dan kecepatan yang di alami saat menggunakan layanan, seperti antarmuka aplikasi, metode pembayaran, dan konfirmasi yang cepat, sedangkan 17% responden merasa bahwa proses pemesanan hingga pembayaran tidak efisien. Ketidakpuasan ini kemungkinan besar terkait dengan hambatan dalam alur penggunaan aplikasi, seperti kesulitan teknis pembayaran, alur pemesanan yang berulang, akurasi lokasi, dan komunikasi pembayaran. Dengan demikian, dapat disimpulkan meskipun layanan Maxim telah menunjukkan tingkat efisiensi yang tinggi dalam proses pemesanan hingga pembayaran, aspek keamanan masih menjadi perhatian penting. Hal ini terlihat dari masih adanya sebagian responden yang merasa kurang aman, sehingga menunjukkan bahwa persepsi terhadap keamanan layanan masih perlu diperkuat untuk mendukung terciptanya pengalaman penggunaan yang optimal bagi pelanggan di Kecamatan Medan Kota.

Berdasarkan penelitian terdahulu mengenai keamanan pada transportasi *online* menunjukkan hasil yang berbeda. (Muhammad Azra Firdaus, 2024) dan (Nadya R. Masiaga, 2022) menemukan bahwa keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun, penelitian (Hairun Nissa, 2024) dan (Nurlina Mileniumiati, 2022) justru menunjukkan bahwa keamanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Maxim di Kecamatan Medan Kota?
2. Apakah kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Maxim di Kecamatan Medan Kota?
3. Apakah keamanan penggunaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Maxim di Kecamatan Medan Kota?
4. Apakah pengalaman penggunaan memoderasi pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Maxim di Kecamatan Medan Kota?
5. Apakah pengalaman penggunaan memoderasi pengaruh kemudahan penggunaan terhadap kepuasan pelanggan Maxim di Kecamatan Medan Kota?
6. Apakah pengalaman penggunaan memoderasi pengaruh keamanan penggunaan terhadap kepuasan pelanggan Maxim di Kecamatan Medan Kota?

1.3. Ruang Lingkup

Ruang lingkup yang akan kami teliti meliputi hal-hal penting yang perlu diketahui berupa:

- | | |
|------------------------|-------------------------|
| 1. Variabel Terikat Y | : Kepuasan Pelanggan |
| 2. Variabel Moderasi Z | : Pengalaman Penggunaan |
| 3. Variabel Bebas (X) | |
| XI | : Kualitas Layanan |

- | | |
|-----------------------|--|
| X2 | : Kemudahan Penggunaan |
| X3 | : Keamanan Penggunaan |
| 4. Objek Penelitian | : Transportasi <i>online</i> Maxim |
| 5. Subjek Penelitian | : Pengguna Maxim di Kecamatan Medan Kota |
| 6. Periode Pengamatan | : 2025-2026 |

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Maxim di Kecamatan Medan Kota.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan terhadap kepuasan pelanggan di Kecamatan Medan Kota.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh keamanan penggunaan terhadap kepuasan pelanggan Maxim di Kecamatan Medan Kota.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis peran pengalaman penggunaan dalam memoderasi pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Maxim di Kecamatan Medan Kota.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis peran pengalaman penggunaan dalam memoderasi pengaruh kemudahan penggunaan terhadap kepuasan pelanggan Maxim di Kecamatan Medan Kota.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis peran pengalaman penggunaan dalam memoderasi pengaruh keamanan penggunaan terhadap kepuasan pelanggan Maxim di Kecamatan Medan Kota.

1.5. Manfaat

Hasil dari penelitian ini diharapkan peneliti dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam pengembangan pengetahuan di bidang manajemen pemasaran dan perilaku

konsumen, khususnya terkait faktor- faktor yang memengaruhi tingkat kepuasan pengguna layanan transportasi *online*. Penelitian ini bertujuan memperkaya literatur mengenai pengaruh kualitas layanan, kemudahan penggunaan, dan keamanan, serta menyoroti peran pengalaman penggunaan sebagai variabel yang dapat memperkuat maupun memperlemah hubungan antar variabel tersebut. Selain itu, temuan penelitian ini juga diharapkan menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya dalam mengkaji perilaku pengguna layanan digital, terutama pada industri transportasi *online*.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pihak manajemen Maxim dalam mengembangkan strategi peningkatan kualitas layanan, kemudahan penggunaan aplikasi, serta sistem keamanan penggunaan, sehingga mampu menciptakan pengalaman penggunaan yang lebih baik dan meningkatkan kepuasan pelanggan di Kecamatan Medan Kota.

1.6. Originalitas Penelitian

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian terdahulu dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan jasa transportasi ojek *online*”. (Studi Pada Konsumen Gojek di Tasikmalaya) (Eline Nuha Nurrohmah Gika1, 2023). Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sebagai berikut:

1. Variabel penelitian sebelumnya hanya menggunakan variabel kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Sedangkan penelitian ini menambahkan variabel independent yaitu kemudahan penggunaan dan keamanan penggunaan. Penambahan variabel kemudahan penggunaan dilakukan karena dalam layanan digital, kemudahan menjadi faktor penting dalam memengaruhi kenyamanan dan kepuasan pelanggan. Penambahan variabel keamanan penggunaan dilakukan karena sistem informasi menjadi aspek penting dalam layanan digital. Keamanan berfungsi untuk melindungi data dan informasi pengguna dari berbagai ancaman yang mungkin terjadi,

seperti penyalahgunaan data. (Latifah Robaniyah, 2021). Hal ini menjadi pertimbangan bagi peneliti untuk menambahkan variabel kemudahan penggunaan dan variabel keamanan, karena dapat memacu konsumen untuk melakukan keputusan penggunaan layanan secara berkelanjutan.

2. Penelitian sebelumnya menggunakan objek gojek dengan subjek konsumen pengguna gojek di Tasikmalaya, sedangkan penelitian ini menggunakan objek Maxim dengan subjek konsumen Maxim di Kecamatan Medan Kota.
3. Penelitian terdahulu dilakukan pada tahun 2023 sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2026.

