

ANALISIS KORELASI RATING KEPUASAN LAYANAN MAXIM PADA MAHASISWA

Risky Pebriana[✉], Nor Anisa

Sistem Informasi, Sains & Teknologi, Universitas Sari Mulia, Banjarmasin, Indonesia

Email: rizky.pebriana@student.unism.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.46880/methoda.Vol15No2.pp167-172>

ABSTRACT

This study aims to analyze the correlation between student satisfaction ratings and Maxim online transportation services in Gorontalo City. Using quantitative methods, data was collected through a questionnaire distributed to 50 student respondents who used Maxim. The analysis was carried out using statistical techniques to identify the relationship between various factors that affect student satisfaction, such as ease of access, speed of service, affordable prices, and driver friendliness. The results of this study show that there is a significant positive correlation between service satisfaction ratings, ease of access, price and customer friendliness. Users who are satisfied with the ease of access and speed of Maxim's services tend to give higher ratings. Besides, the friendliness of the drivers and the condition of the vehicles also contribute to the overall satisfaction level, the study concludes that companies need to focus on improving the quality of services and additional features to maintain user loyalty and improve student satisfaction ratings.

Keyword: Correlation, Satisfaction Rating, Maxim Services, Online Transportation, User Loyalty.

ABSTRAK

Penelitian memiliki tujuan untuk menganalisis korelasi antara rating kepuasan mahasiswa terhadap layanan transportasi online Maxim di lingkungan kampus. Dengan menggunakan metode kuantitatif, data yang dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarluaskan kepada 50 responden mahasiswa pengguna Maxim. Analisis dilakukan dengan menggunakan teknik statistik untuk mengidentifikasi hubungan antara berbagai faktor yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa dan sekitarnya, seperti kemudahan akses, kecepatan pelayanan, harga yang terjangkau, dan keramahan pengemudi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat korelasi positif yang signifikan antara rating kepuasan layanan, kemudahan akses, harga dan keramahan pengemudi. Pengguna yang merasa puas dengan kemudahan akses dan kecepatan layanan Maxim cenderung memberikan rating yang lebih tinggi. Selain itu keramahan pengemudi dan kondisi kendaraan juga berkontribusi pada tingkat kepuasan keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa perusahaan perlu fokus pada meningkatkan kualitas layanan dan fitur tambahan untuk mempertahankan loyalitas pengguna dan meningkatkan rating kepuasan mahasiswa.

Kata Kunci: Kolerasi, Rating Kepuasan, Layanan Maxim, Transportasi Online, Loyalitas Pengguna.

PENDAHULUAN

Dalam era digital saat ini, layanan transportasi online telah menjadi salah satu solusi utama bagi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan mobilitas. Layanan Maxim, sebagai

salah satu penyedia jasa transportasi online yang berasal dari Rusia, telah memasuki pasar Indonesia dan menawarkan berbagai keunggulan, seperti tarif yang kompetitif dan layanan yang fleksibel. Pada saat ini di era

modern perkembangan gaya hidup yang serba praktis dan instan yang lebih mengutamakan nilai kepraktisan, kecepatan dan efisiensi pada waktu, hal ini tentunya sangat berpengaruh terhadap penyedia jasa transportasi online dalam merancang produk yang sesuai dengan keinginan maupun kebutuhan gaya hidup masyarakat (Dewantara, 2020). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis korelasi antara rating kepuasan pengguna terhadap layanan Maxim dan berbagai faktor yang mempengaruhinya.

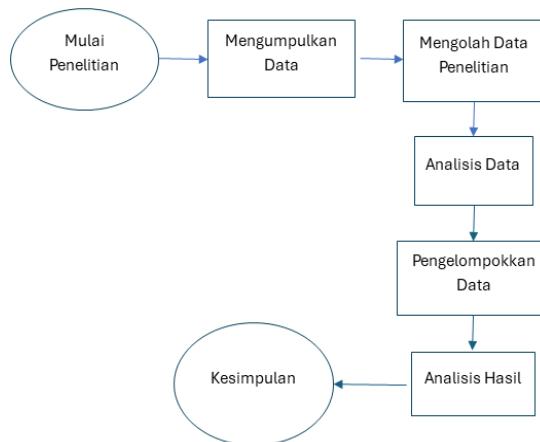
Kepuasan pelanggan/custumer adalah sebuah kondisi di mana pelanggan merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh perusahaan. Dalam konteks ini, rating kepuasan layanan Maxim menjadi sangat penting dalam meningkatkan kualitas layanannya. Namun, masih belum jelas apa yang mempengaruhi rating kepuasan layanan Maxim. Apakah kualitas layanan, kecepatan pengiriman, atau harga yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Transportasi online sendiri merupakan penggunaan aplikasi sebagai penghubung antara pengguna dan driver/pengemudi untuk mempermudah pemesanan serta membantu pengguna/custumer untuk dapat mengetahui tarif perjalanan (Stephaldi & Hassan, 2018).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis korelasi antara rating kepuasan layanan Maxim dengan beberapa variabel yang terkait, seperti kualitas layanan, kecepatan pengiriman, dan harga. Dengan demikian, penelitian ini dapat membantu Maxim untuk memahami apa yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan bagaimana cara meningkatkan kualitas layanannya. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk mengembangkan strategi pemasaran dan peningkatan kualitas layanan Maxim.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian untuk analisis korelasi rating kepuasan layanan Maxim di lingkungan kampus menggunakan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan antara berbagai faktor layanan dan tingkat kepuasan mahasiswa. Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif dengan

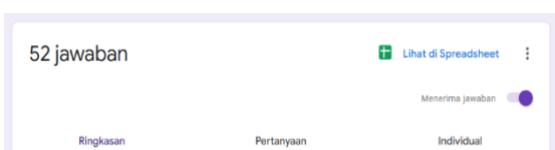
pendekatan survei. Desain ini memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data dari responden dalam jumlah besar secara sistematis dan terstruktur. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang menggunakan layanan Maxim sedangkan Sampel yang diambil telah ditetapkan dengan teknik sampling tertentu, seperti purposive sampling (berdasarkan kriteria mahasiswa pengguna layanan Maxim), atau random sampling jika memungkinkan. Jumlah Minimal 50 responden (untuk korelasi sederhana), tetapi lebih baik jika 100+ untuk hasil yang lebih valid. Dengan menggunakan purposive sampling, peneliti dapat menghemat waktu dan sumber daya dalam pengumpulan data. Peneliti dapat langsung menghubungi mahasiswa yang memenuhi kriteria tanpa harus melakukan pengambilan sampel secara acak yang mungkin tidak relevan.



Gambar 1. Proses Alur Flowchart

Pertama Mulai Penelitian dengan perumusan masalah dan tujuan. Fokus utama adalah mengidentifikasi Rating kepuasan layanan Maxim. Lalu kedua Mengumpulkan Data dengan melakukan pengumpulan data melalui metode kuisioner. Ketiga ada Mengolahan Data Penelitian yang dilakukan dengan melakukan pengolahan data dari hasil penelitian yang telah dikumpulkan dibersihkan dan diproses untuk memastikan akurasi, konsistensi, dan relevansi untuk analisis lebih lanjut. Keempat ada Kelompokkan Data dengan cara pengelompokkan data berdasarkan nama untuk analisis lebih lanjut. Kelima Analisis Hasil dari perhitungan frekuensi, rata-rata, median,

dan standar deviasi dari fitur terjemahan. Buat tabel dan grafik untuk visualisasi data (misalnya, grafik batang, grafik garis) dan yang Terakhir yaitu Kesimpulan. Berdasarkan analisis hasil, penelitian ini bertujuan untuk merumuskan rekomendasi dan kesimpulan terkait kepuasan mahasiswa dan sekitarnya pada layanan Maxim.

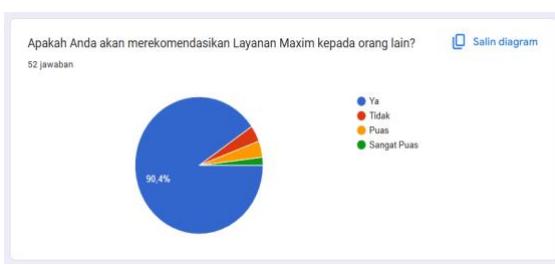


Gambar 2. Bukti Responden 52 orang



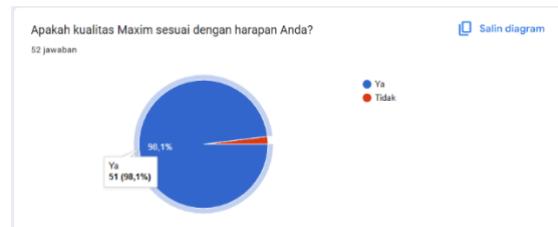
Gambar 3. Kepuasan Responden pada Layanan

Dilihat dari grafik diatas menunjukkan persentase responden 53,8% sangat puas dengan layanan, 44,2% puas terhadap layanan dan 2% tidak puas dengan layanan yang berarti rata-rata dari responden banyak yang merasa puas dengan layanan yang ada pada aplikasi maxim.



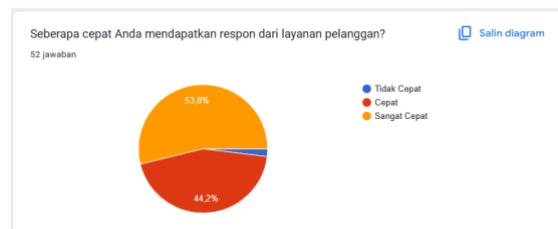
Gambar 4. Rekomendasi Responden terhadap Layanan

Dari grafik diatas menjelaskan bahwa apakah responden akan merekomendasikan layanan maxim pada orang disekitarnya 90,4% dari disini dapat dilihat bahwa responden sangat puas terhadap layanan yang ada pada aplikasi Maxim dan akan merekomendasikannya kepada orang lain.



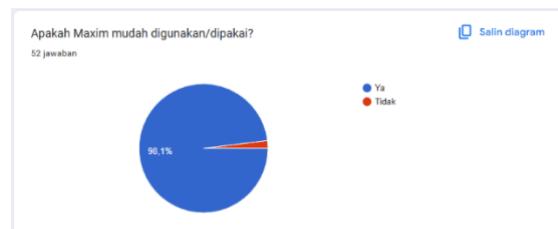
Gambar 5. Kesesuaian Kualitas Layanan Maxim

Pada gambar grafik diatas menunjukkan hasil dari survei bahwa kualitas layanan Maxim dengan harapan responden memiliki persentase tertinggi yaitu 98,1% yang menunjukkan bahwa kualitas layanan Maxim sangat sesuai dengan harapan responden.



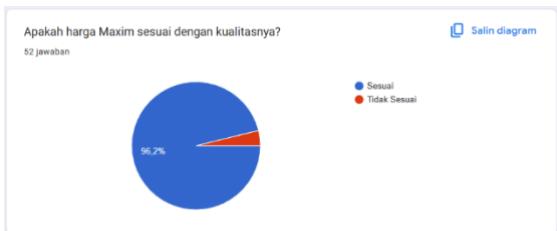
Gambar 6. Kecepatan Respon dari Layanan

Dapat dilihat dari grafik diatas menunjukkan bahwa kecepatan layanan pelanggan dengan persentase responden memiliki 53,8% sangat cepat dan 44,2% cepat dari sini dapat dilihat bahwa layanan pelanggan pada aplikasi maxim sangat cepat dalam merespon keluhan atau kendala yang terjadi pada responden.



Gambar 7. Kemudahan Aplikasi saat Digunakan

Berdasarkan grafik dapat dilihat bahwa kemudahan aplikasi saat digunakan memiliki persentase dari responden 98,1% dari sini dapat dilihat kalau aplikasi maxim sangat mudah digunakan oleh responden.



Gambar 8. Kualitas Harga

Kesesuaian kualitas harga Maxim dapat dilihat dari grafik diatas bahwa responden rata-rata memilih sesuai dengan persentase 96,2% mengenai kualitas harga layanan Maxim kepada responden.



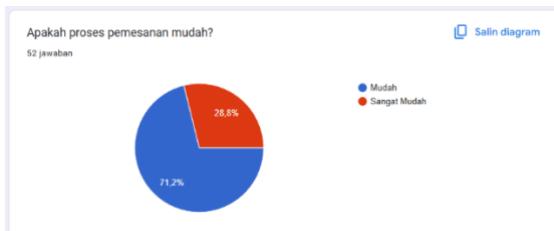
Gambar 9. Kompetitif Harga Layanan dengan Layanan Lain

Pada grafik menunjukkan bahwa persentase harga kompetitif dibandingkan layanan lain memiliki persentase 94,2% yang memilih ya dapat disimpulkan bahwa menurut responden harga pada Maxim lebih kompetitif dibandingkan produk lain.



Gambar 10. Layanan Driver pada Responden

Grafik diatas layanan driver pada responden memiliki persentase 59,6% yang memilih sangat ramah dan 40,4% yang memilih ramah dapat disimpulkan dari persentase responden mengenai layanan driver pada responden ramah dan membantu kepada responden.



Gambar 11. Proses Pemasaran Layanan

Rata-rata responden memilih sangat mudah 28,8% dan 71,2% pada proses pemesanan pada layanan pada maxim dapat disimpulkan bahwas kemudahan responden dalam proses pemesanan layanan maxim memiliki persentase yang tinggi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Mari kita ulas terlebih dahulu apa saja variabel-variabel utama yang menjadi objek penelitian ini sebelum melihat gambar-gambar berikut. Karakteristik tersebut adalah nama, Kepuasan responden dengan layanan, Rekomendasi responden terhadap layanan, Kesesuaian kualitas layanan maxim, Kecepatan respon dari layanan, Kemudahan aplikasi saat digunakan, Kualitas Harga, Kompetitif harga layanan dengan layanan lain, Layanan driver pada responden, dan Proses pemesanan layanan Maxim. Kita akan lebih mampu memahami pola data dan analisis yang dilakukan dengan bantuan informasi dari 52 responden. Data-data tersebut akan disajikan secara visual, yang akan memberikan gambaran mengenai temuan penelitian. Berikutnya ada pengolahan grafik menggunakan metode Clustering, berikut beberapa pengolahannya:

Row No.	Keseluruhan	Rekomendasi	Kualitas	Kecepatan ..	Kemudahan	Harga	Harga Komp..	Keramahan	Kemudahan ..	kelebihan
1	Sangat Puas	Puas	Ya	Sangat Cepat	Ya	Sesuai	Ya	Ramah	Mudah	Harga Terjangkau
2	Puas	Puas	Ya	Cepat	Ya	Sesuai	Ya	Ramah	Mudah	Harga Terjangkau
3	Sangat Puas	Sangat Puas	Ya	Sangat Cepat	Ya	Sesuai	Ya	Sangat Ramah	Sangat Mudah	Kemudahan Dapat Dipercaya
4	Sangat Puas	Ya	Ya	Cepat	Ya	Sesuai	Ya	Sangat Ramah	Mudah	Harga Terjangkau
5	Puas	Ya	Ya	Cepat	Ya	Sesuai	Ya	Ramah	Mudah	Harga Terjangkau
6	Sangat Puas	Ya	Ya	Sangat Cepat	Ya	Sesuai	Ya	Sangat Ramah	Sangat Mudah	Harga Terjangkau
7	Puas	Ya	Ya	Cepat	Ya	Sesuai	Ya	Ramah	Sangat Mudah	Pelacakan Banyak
8	Sangat Puas	Ya	Ya	Sangat Cepat	Ya	Sesuai	Ya	Sangat Ramah	Mudah	Pelacakan Banyak
9	Puas	Ya	Ya	Cepat	Ya	Sesuai	Ya	Ramah	Mudah	Pelacakan Banyak
10	Puas	Ya	Ya	Cepat	Ya	Sesuai	Ya	Ramah	Mudah	Cepat
11	Puas	Ya	Ya	Cepat	Ya	Sesuai	Ya	Ramah	Mudah	Kualitas Bagus
12	Puas	Ya	Ya	Cepat	Ya	Sesuai	Ya	Ramah	Mudah	Pelacakan banyak
13	Puas	Tidak	Ya	Cepat	Ya	Sesuai	Ya	Ramah	Mudah	Harga Dengan
14	Sangat Puas	Ya	Ya	Sangat Cepat	Ya	Sesuai	Ya	Sangat Ramah	Sangat Mudah	Kualitas Bagus
15	Sangat Puas	Ya	Ya	Sangat Cepat	Ya	Sesuai	Ya	Sangat Ramah	Sangat Mudah	Kualitas Bagus

Gambar 12. Data Masih Bentuk Teks

Gambar di atas menyajikan data setiap kolom mewakili atribut atau karakteristik spesifik yang dievaluasi, seperti kepuasan keseluruhan, rekomendasi, kualitas, kecepatan,

kemudahan penggunaan, harga, daya saing harga, keramahan, aksesibilitas, dan manfaat.

Row No.	Keseluruhan...	Keseluruhan...	Keseluruhan...	Rekomenda...	Rekomenda...	Rekomenda...	Kualitas = Ya	Kualitas = Tl.	Kecepatan =	Kecapata...
1	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0
2	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1
3	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0
4	1	0	0	0	0	1	0	1	0	1
5	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1
6	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0
7	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1
8	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0
9	0	1	0	0	0	1	0	1	0	1
10	0	1	0	0	0	1	0	1	0	1
11	0	1	0	0	0	1	0	1	0	1
12	0	1	0	0	0	1	0	1	0	1
13	0	1	0	0	0	1	0	1	0	1
14	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0

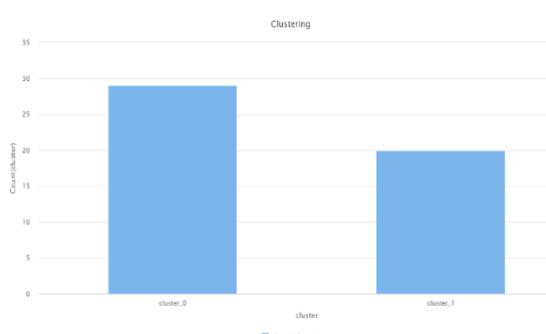
Gambar 13. Sesudah di Variable

Tabel ini mencatat tanggapan sejumlah responden terhadap beberapa pertanyaan dan pernyataan. Setiap baris dalam tabel mewakili satu responden, dan setiap kolom mewakili satu variabel atau pertanyaan dalam survei tersebut.

Row No.	M	cluster	Keseluruhan...	Keseluruhan...	Keseluruhan...	Rekomenda...	Rekomenda...	Rekomenda...	Kualitas = Ya	Kualitas = Tl.
2	2	cluster_1	0	1	0	1	0	0	1	0
3	3	cluster_0	1	0	0	0	1	0	0	1
4	4	cluster_0	1	0	0	0	0	1	1	0
5	5	cluster_1	0	1	0	0	0	1	0	1
6	6	cluster_1	0	1	0	0	0	1	0	1
7	7	cluster_1	0	1	0	0	0	1	0	1
8	8	cluster_0	1	0	0	0	0	1	0	1
9	9	cluster_1	0	1	0	0	0	1	0	1
10	10	cluster_1	0	1	0	0	0	1	0	1
11	11	cluster_1	0	1	0	0	0	1	0	1
12	12	cluster_1	0	1	0	0	0	1	0	1
13	13	cluster_1	0	1	0	0	0	1	1	0
14	14	cluster_0	1	0	0	0	0	1	0	1
15	15	cluster_0	1	0	0	0	0	1	0	1
16	16	cluster_1	0	1	0	0	0	1	0	1

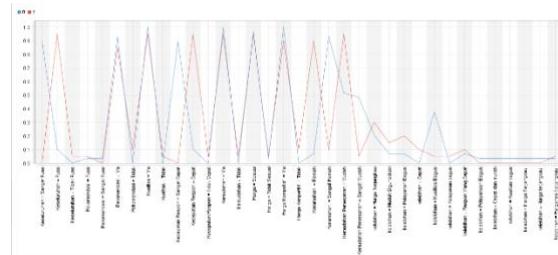
Gambar 14. Variable View

Setiap baris pada gambar diatas mewakili satu responden, dan mereka telah dikelompokkan ke dalam beberapa cluster berdasarkan kesamaan karakteristik tertentu.



Gambar 15. Grafik Batang Hasil Clustering

Data yang dianalisis telah dibagi menjadi tiga kelompok utama, yaitu cluster_0 dan cluster_1. Jumlah anggota di setiap clustering tidak sama. Cluter_0 memiliki anggota paling banyak dan diikuti oleh cluster_1.



Gambar 16. Plot Hasil Clustering

Setiap garis mewakili satu kelompok data, setiap garis memiliki warna yang berbeda yang dapat memudahkan identifikasi.

Atribut	cluster_0	cluster_1
Keseluruhan = Sangat Puas	0.991	0
Keseluruhan = Puas	0.103	0.900
Keseluruhan = Tidak Puas	0	0.990
Rekomendasi = Puas	0.034	0.969
Rekomendasi = Sangat Puas	0.016	0
Rekomendasi = Ya	0.031	0.920
Rekomendasi = Tidak	0	0.100
Kualitas = Ya	1	0.900
Kualitas = Tidak	0	0.050
Kecepatan = Sangat Cepat	0.037	0
Kecepatan = Cepat	0.161	0.910
Kecepatan = Tidak Cepat	0	0.050
Kecepatan = Ya	1	0.950
Harga = Sangat Mahal	0	0.950
Harga = Mahal	0.995	0.950

Gambar 17. Centroid

Terdapat berbagai atribut yang diukur, seperti keseluruhan rekomendasi (sangat puas, puas, tidak puas), kecepatan respon (sangat cepat, cepat, tidak cepat) dan kemudahan (ya, tidak). Disini dapat menunjukkan nilai-nilai untuk kedua cluster (cluster_0, cluster_1).

KESIMPULAN

Analisis ini menunjukkan bahwa pelayanan pengemudi kepada pelanggan/custumer, harga, kecepatan layanan memiliki pengaruh terbesar terhadap kepuasan mahasiswa, diikuti oleh kecepatan respons dan kemudahan aplikasi yang berkontribusi secara signifikan meskipun lebih kecil. Secara keseluruhan, mahasiswa puas dengan layanan Maxim, tetapi masih ada ruang untuk perbaikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agussalim, S. O., & Jan, A. B. H. (2018). Pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen jasa transportasi online Go-Jek di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4).
- Dewantara, H. A. (2020). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelaangan Ojek Online Maxim* (Doctoral

- dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Harmaja, O. J., Farrona, R., Ringo, J. T. R. S., Hutasoit, L. N., Sinurat, S. H., & Indra, E. (2022). Analisis Rasio Persepsi Konsumen Pada Kualitas Pelayanan Ojek Online Dengan Metode Service Quality. *Jurnal Sistem Informasi dan Ilmu Komputer Prima (JUSIKOM PRIMA)*, 5(2), 21-27.
- Hutasoit, R., Nadapdap, K. M., & Napitupulu, J. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tampilan Produk, Lokasi dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Indomaret Jl. Jamin Ginting (Padang Bulan, Kota Medan, Sumatera Utara). *Jurnal Ilmiah METHONOMI*, 10(2), 177-187.
- Mutaqin, M. R., Rohandi, M. M. A., & Mahani, S. A. E. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Transportasi Online Indrive di Bandung. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 69-78.
- Natalia, D. S., Winarto, W., & Rajagukguk, T. (2021). Pengaruh Harga, Suasana, Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Minum Kopi Medan Johor. *Jurnal Ilmu Manajemen METHONOMIX*, 4(1).
- Sahda, F. T., Putri, A. R., & Kurniaty, D. (2024). Harga, Kualitas Layanan, Dan Kepercayaan Pada Transportasi Online Maxim Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 2491-2507.
- Sari, N. W. W., Pasek, I. K., Narti, N. K. (2022). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Aplikasi PLN Mobile Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT PLN (Persero) ULP Kuta*. PhD Thesis. Politeknik Negeri Bali.
- Togatorop, J., Sinulingga, D., Hasibuan, H. (2023). Pengaruh Kebersihan Dan Tata Bahasa Driver Grab Terhadap Kepuasan Pelanggan Grab. *Inovasi dan Kreativitas dalam Ekonomi*, 6(4).
- Tsalisa, R. A., Hadi, S. P., & Purbawati, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Maxim di Kota Semarang. *Jurnal ilmu administrasi bisnis*, 11(4), 822-829.
- Yasri, N. L., Awaliah, S. I., Hidayat, S. (2024). Analisis Kepuasan Konsumen Pada Pelayanan Ojek Online Dan Dampaknya Terhadap Pemberian Rating. *Jurnal Mahasiswa: Jurnal Ilmiah Penalaran dan Penelitian Mahasiswa*, 6(1), 23-35.