

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Dalam zaman di mana persaingan bisnis semakin sengit, menjaga loyalitas pelanggan menjadi fokus utama bagi perusahaan. Namun, dengan berbagai perubahan yang terjadi dalam dinamika pasar, ada beberapa tantangan yang harus dipahami secara mendalam. Perusahaan perlu memahami bahwa dalam menghadapi lingkungan yang selalu berubah, strategi untuk mempertahankan loyalitas pelanggan harus terus disesuaikan dan diperbarui. Hal ini memerlukan keterlibatan aktif dalam memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan, serta kemampuan untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan teknologi.

Transportasi *online* merupakan sistem transportasi yang memanfaatkan *platform* digital, seperti aplikasi seluler, untuk menghubungkan pengguna dengan penyedia layanan transportasi, seperti mobil atau sepeda motor, dengan cepat dan efisien. Dalam hal ini, pengguna untuk memesan dan membayar layanan transportasi secara *online*, biasanya melalui *smartphone*. Dengan menggunakan teknologi ini, pengguna dapat dengan mudah menemukan kendaraan yang tersedia di sekitar mereka, memesan perjalanan, dan mengikuti perkembangan perjalanan secara *real-time* (Ananda & Setiawan, 2024: 14).

Kemudahan penggunaan sebagai fitur penting dalam sebuah sistem yang memfasilitasi interaksi yang lancar dan efektif bagi pengguna tanpa mengalami kendala yang berarti. Hal ini menciptakan lingkungan di mana pengguna dapat berinteraksi dengan sistem secara intuitif dan efisien, tanpa merasa kebingungan

atau terhambat dalam menjalankan tugas-tugas mereka. Dengan adanya kemudahan penggunaan, pengguna dapat dengan mudah memahami antarmuka sistem, menavigasi fungsionalitasnya, dan mencapai tujuan mereka tanpa perlu menghadapi rintangan yang membebani (Palenewen & Ariadi, 2023: 234).

Sistem yang menonjol dalam kemudahan penggunaan berfungsi sebagai katalisator untuk menciptakan pengalaman yang menyenangkan dan produktif bagi penggunanya. Dengan fokus utama pada penyederhanaan dan kejelasan, sistem ini dirancang untuk membebaskan pengguna dari belenggu kompleksitas yang dapat menghambat kinerja mereka (Putra & Raharjo, 2021: 3). Dalam konteks ini, penting untuk memastikan bahwa kemudahan penggunaan harus sejalan dengan tingkat kepercayaan yang diberikan kepada pelanggan. Hal ini berarti bahwa tidak hanya kemudahan dalam penggunaan suatu sistem yang diutamakan, tetapi juga kepercayaan pelanggan terhadap produk atau layanan tersebut harus terjaga dengan baik.

Kepercayaan sebagai keyakinan yang muncul dari perspektif personal yang terbentuk dalam pikiran setiap individu konsumen. Keyakinan tersebut mengimplikasikan bahwa suatu produk atau perusahaan memiliki kemampuan untuk memenuhi harapan serta kebutuhan yang dimiliki oleh konsumen tersebut. Dalam konteks ini, konsumen meyakini bahwa produk atau perusahaan tersebut akan memberikan hasil yang sesuai dengan apa yang mereka harapkan, ini menunjukkan bahwa kepercayaan merupakan faktor krusial yang mempengaruhi untuk menggunakan suatu produk atau jasa tertentu (Rhamdhan & Riptiono, 2023: 494).

Kepercayaan menjadi pondasi yang kuat bagi hubungan antara konsumen dan merek, karena ketika konsumen merasa yakin bahwa sebuah produk atau perusahaan dapat memenuhi ekspektasi mereka, mereka akan lebih cenderung untuk memilih dan menggunakan produk atau layanan yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut (Supertini *et al.*, 2020: 64). Dalam konteks ini, pentingnya memperhatikan bahwa tingkat kepercayaan yang diberikan kepada pelanggan harus sejajar dengan tingkat kepuasan yang mereka terima. Hal ini berarti bahwa tidak hanya penting untuk membangun kepercayaan yang kuat di antara pelanggan, tetapi juga untuk memastikan bahwa tingkat kepuasan yang mereka alami sejalan dengan harapan mereka.

Kepuasan pelanggan sebagai emosi menyenangkan yang terjadi ketika harapan pelanggan terhadap suatu produk atau layanan tidak hanya terpenuhi tetapi juga terlampaui dalam situasi yang sebenarnya. Hal ini terjadi ketika pelanggan yakin bahwa apa yang mereka peroleh memenuhi atau melampaui harapan mereka. Perbandingan kinerja aktual suatu produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan dengan harapan pelanggan sebelum perolehan produk atau jasa tersebut adalah prosedur yang terlibat dalam proses ini (Sagala *et al.*, 2021: 236).

Ketika konsumen mendapati bahwa produk atau layanan yang mereka dapatkan telah memenuhi atau melebihi harapan mereka, mereka akan cenderung merasa puas. Dalam banyak kasus, kepuasan pelanggan tidak hanya bergantung pada kualitas produk atau layanan itu sendiri, tetapi juga pada pengalaman keseluruhan yang diberikan oleh perusahaan, mulai dari interaksi dengan staf

hingga proses pelayanan (Trisela & Hermanto, 2022: 184). Dalam parameter diskusi ini, tingkat kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh besar terhadap tingkat konsistensi pelanggan. Konsumen cenderung akan tetap mengabdikan dan setia pada merek atau bisnis tertentu ketika mereka puas dengan produk atau layanan yang mereka terima.

Loyalitas pelanggan sebagai suatu keadaan yang menggambarkan kecenderungan yang menguntungkan di mana para konsumen memilih untuk menjaga kesetiaan dan terus menggunakan produk atau menerima layanan yang ditawarkan oleh suatu perusahaan. Hal ini dapat mencerminkan interaksi yang erat antara perusahaan dan pelanggan, di mana pelanggan merasa puas dengan pengalaman mereka dan memilih untuk mempertahankan hubungan tersebut dengan terus memilih produk atau layanan yang sama. Fenomena ini menegaskan adanya ikatan yang kuat antara perusahaan dan konsumennya, yang dibangun atas dasar keandalan dalam hubungan bisnis (Lelasari & Bernarto, 2023: 172).

Pelanggan yang loyal umumnya cenderung memberikan prioritas kepada produk atau layanan yang ditawarkan oleh suatu perusahaan daripada pesaingnya. Hal ini dapat disebabkan oleh pengalaman positif yang mereka alami sebelumnya dengan produk atau layanan tersebut, persepsi bahwa mereka menerima nilai yang sesuai dengan uang yang mereka keluarkan, atau mungkin karena mereka merasa terikat secara emosional dengan merek tersebut. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk terus memelihara hubungan yang baik dengan pelanggannya dan memberikan produk yang konsisten berkualitas untuk mempertahankan kesetiaan pelanggan (Tjahjaningsih *et al.*, 2024: 81).

Maxim sebuah perusahaan teknologi internasional yang didirikan pada tahun 2003, telah memperluas jangkauannya ke berbagai negara dengan dapat menawarkan layanan transportasi daring sebagai inti dari operasinya. Sejak awal berdirinya, Maxim telah menghadirkan inovasi dalam industri transportasi dengan memberikan kemudahan akses bagi pengguna melalui platform digitalnya. Menempatkan Indonesia sebagai salah satu pasar kunci, Maxim memasuki pasar ini pada tahun 2018. Keberadaan Maxim di Indonesia tidak hanya memberikan alternatif baru dalam hal transportasi bagi masyarakat, tetapi juga membuka peluang ekonomi baru dengan memberdayakan mitra pengemudinya.

Kemudahan penggunaan aplikasi Maxim masih menjadi permasalahan yang harus diatasi. Meskipun berbagai upaya telah dilakukan untuk meningkatkan pengalaman pengguna, keluhan-keluhan terus muncul dari pelanggan terkait dengan masalah penggunaan yang mereka alami. Hal ini menunjukkan bahwa ada ruang untuk perbaikan yang lebih lanjut dalam hal ini. Pernyataan tersebut dapat dibuktikan dengan melalui data yang tertera di bawah ini:

**Tabel 1.1** Keluhan Pelanggan Terkait Kesulitan Dalam Penggunaan Maxim

No	Jenis Keluhan
1	Perbaiki dong maps nya,sebenarny direspon apa gak sich sama manajemen maximnya???????? jangan hanya diliatin dong,,,,, kecewa saya pakai aplikasi.maxim,,,,suka putus sendiri waktu mau cek perjalanan di aplikasi, penentuan lokasi tidak pernah akurat... tolong perbaiki aplikasinya
2	Ini gimana sih. Habis update log out. Mau login lagi otorisasi gk masuk <sup>2</sup> . Keterangan jumlah permintaan terlampui. Sampek ngecewain pelanggan!!
3	Bug tolong diperbaiki dan dompet digitalnya tidak bisa digunakan padahal udah saya isi, keterangannya comming soon, kalau coming soon ga usah pakai dompet digital, aplikasi baru download,,, kapokkkkk pakai maxim dompet digital klo ga complete ga usah di rilis bikin susah aja ujung-ujungnya bayar tunai

**Sumber:** Play Store (2024)

Dalam tabel 1.1 yang disajikan di atas, dapat terlihat bahwa ada sejumlah keluhan yang diajukan oleh para pengguna aplikasi Maxim terkait kemudahan penggunaan. Salah satu keluhan yang sering muncul ialah terkait dengan fitur Maps di dalam aplikasi Maxim. Pelanggan mengeluhkan bahwa ketika mencoba untuk melihat rute perjalanan di dalam aplikasi Maxim, penentuan lokasi tidak pernah akurat. Hal ini menyebabkan ketidaknyamanan dan kesalahan dalam perencanaan perjalanan. Oleh karena itu, diperlukan bagi aplikasi Maxim untuk memperbaiki fitur Maps dalam aplikasinya. Dengan dapat melakukan hal tersebut, Maxim dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Hal ini penting karena fitur Maps yang lebih baik akan membuat pengalaman pengguna menjadi lebih baik, membantu mereka menemukan lokasi dengan lebih mudah, dan dapat secara keseluruhan memperkuat kesan positif terhadap aplikasi Maxim.

Selain itu, ada juga keluhan yang menyatakan bahwasanya setiap kali ada pembaruan aplikasi Maxim, akun pelanggan secara otomatis *log out* dan ketika mencoba untuk masuk kembali ke dalam aplikasi muncul pesan yang menyatakan bahwa jumlah permintaan sudah melebihi batas yang ditentukan. Situasi ini menyebabkan ketidaknyamanan bagi pengguna dikarenakan mereka dengan terpaksa melakukan proses login berulang kali yang menghambat penggunaan aplikasi dengan efisien. Dalam mengatasi masalah ini, diperlukan solusi yang efektif dan menyeluruh dengan langkah yang melakukan perbaikan pada sistem pembaruan aplikasi. Pengembang perlu memastikan bahwa proses pembaruan tidak menyebabkan akun pelanggan keluar dengan secara otomatis dan tidak menimbulkan batasan yang tidak perlu pada jumlah permintaan.

Di samping masalah yang telah disebutkan, terdapat juga keluhan terhadap kinerja dompet digital di dalam aplikasi Maxim. Pengguna merasa frustrasi karena telah mengisi saldo ke dalam dompet digital aplikasi Maxim, namun belum bisa memanfaatkannya karena terdapat keterangan *coming soon*. Situasi pada hal ini dapat menimbulkan ketidaknyamanan dan kekhawatiran bagi pengguna yang bergantung pada dompet digital untuk melakukan transaksi dengan cara yang lebih praktis dan efisien. Kecewa dengan keterlambatan ini, pengguna mungkin mulai meragukan keandalan dan kehandalan aplikasi tersebut, mengakibatkan dampak negatif terhadap reputasi Maxim di mata pelanggan. Oleh karena itu, sangat penting bagi Maxim untuk segera dapat menindaklanjuti dan mengatasi ketidakpuasan ini agar kepercayaan pengguna tetap terjaga.

Kepercayaan yang diberikan Maxim kepada pelanggan belum sepenuhnya terbukti efektif, karena masih ada keluhan dari pelanggan yang mengungkapkan kekecewaannya terhadap pengalaman menggunakan aplikasi Maxim. Meskipun upaya telah dilakukan untuk membangun kepercayaan dengan pelanggan, masih ada aspek-aspek tertentu yang perlu diperbaiki untuk memastikan bahwa pelanggan merasa percaya dan terlayani dengan baik. Pernyataan tersebut dapat didukung dengan data yang telah diperoleh dengan disajikan di bawah ini:

**Tabel 1.2** Keluhan Pelanggan Terkait Kepercayaan Pada Maxim

No	Jenis Keluhan
1	Aplikasi maxim ini merampok uang saya di akun. Setelah saya isi saldo langsung nomor saya di aplikasi gak bisa digunakan. Oh maling kembali kan uang saya. Pintar saya mau menggunakan aplikasi maxim kode otp nya gak d kiri" Setelah saya isi saldo. Maxim perampok nomor saya 0813 33971 102 kenapa nomor saya ini gak bisa masuk ke aplikasi maxim ini setelah saya isi saldo. Kembali kan uang saya sebesar 200 ribu.

Tabel 1.2 Lanjutan

No	Jenis Keluhan
2	Kurang ajar,driver hilang tanpa jejak,udh diserahkan surat,malah di bawa kabur uangnya surat tidak dikirimkan sampe tujuan.tidak ada itikad baik,gimana mau complain sedangkan data order tidak ada status hilang semua,sangat mengecewakan,jangan pakai driver apk ini,sangat merugikan.kecewa berat saya!!!
3	Ini tadi aplikasi yg sangat bagus dibanding yg lain ya, karna jujur aku pelanggan atau bisa dibilang customer setia Maxim. Tapi hari ini tepat pada tgl 29/02/2024 SAYA KECEWA!! KENAPA? karna selain harganya yg naik jadi gede , abng nya jg pada tengil. Tolong dong untuk apklikasi Maxim jngn mentang2 udh banyak yg gunain jadi ga bagus kayak awal !!! 😞😞😞

Sumber: Play Store (2024)

Dari tabel 1.2 yang telah dipresentasikan di atas, terungkap bahwasanya sebagian pelanggan menghadapi ketidakpercayaan terhadap keandalan aplikasi Maxim. Keluhan yang mencuat dapat menyoroti fakta bahwa setelah pelanggan melakukan pengisian saldo, aplikasi Maxim tersebut tidak bisa dapat digunakan. Situasi ini mencerminkan adanya kegagalan dalam fungsi atau kinerja aplikasi yang seharusnya dapat memberikan layanan yang memadai setelah proses pengisian saldo dilakukan. Hal ini menunjukkan bahwa ada kebutuhan yang mendesak untuk melakukan pembaruan atau meningkatkan infrastruktur serta manajemen aplikasi. Langkah-langkah ini bertujuan untuk memastikan bahwa pengguna dapat mengakses layanan dengan lebih baik dan percaya diri. Dengan melakukan pembaruan atau peningkatan ini, diharapkan akan terjadi peningkatan dalam pengalaman pengguna secara keseluruhan, serta dapat untuk meningkatkan tingkat kepercayaan mereka terhadap sistem dan layanan yang disediakan.

Di samping itu, ada juga keluhan yang telah menyatakan bahwa ketika pelanggan mengirimkan dokumen, dokumen tersebut tidak sampai ke tujuan yang dituju, melainkan dibawa kabur oleh pengemudi. Hal ini menimbulkan



keprihatinan yang serius di antara pelanggan, mengingat pentingnya dokumen yang dikirimkan untuk keperluan pribadi. Insiden seperti ini tidak hanya menimbulkan ketidaknyamanan bagi para pihak yang terlibat, tetapi juga merusak kepercayaan pelanggan terhadap layanan yang disediakan. Oleh karena itu, diperlukan tindakan-tindakan yang efektif untuk mengantisipasi agar situasi serupa tidak terulang di masa yang akan datang. Langkah-langkah preventif yang tepat harus diambil untuk menjaga integritas yang diberikan, serta memastikan kepercayaan pelanggan tetap terjaga.

Selain itu, terdapat keluhan dari sejumlah pelanggan terhadap perilaku kurang sopan beberapa pengemudi Maxim. Pelanggan merasa kecewa terhadap pengalaman menggunakan layanan Maxim karena merasa bahwa pengemudi tidak bertindak dengan kesopanan yang diharapkan. Para pelanggan merasa bahwa pengalaman mereka tidak sesuai dengan standar pelayanan yang diharapkan, dan ini membuat mereka ragu terhadap keseluruhan layanan yang diberikan oleh para pengemudi Maxim. Dengan demikian, diperlukan tindakan tegas dari pihak Maxim untuk menangani masalah ini agar dapat memulihkan kepercayaan pelanggan dan meningkatkan loyalitas mereka terhadap platform Maxim. Hal ini bisa dilakukan dengan memberlakukan sanksi kepada pengemudi yang tidak menunjukkan perilaku sopan sesuai dengan kebijakan dan etika perusahaan.

Kepuasan yang diberikan oleh Maxim kepada pelanggan masih belum mencapai harapan yang diinginkan, karena masih ada keluhan yang terkait dengan kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa ada beberapa aspek dalam layanan yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan agar dapat memenuhi ekspektasi

pelanggan dengan lebih baik. Pernyataan yang disampaikan tersebut dapat didukung dengan data yang dapat disajikan di bawah ini:

**Tabel 1.3** Keluhan Pelanggan Terkait Kepuasan Pelanggan Maxim

No	Jenis Keluhan
1	Saya kasih bintang buat driver nya untuk apk nya udah bagus,cuman untuk driver nya tolong dong di perbaiki lagi,setiap saya pesen pasti ada beberapa driver yang bilang ban motor nya kempes selalu alesan nya seperti itu , kalau misalkan memang benar ya saya ikut prihatin tapi hampir setiap saya lagi urgent selalu ada beberapa driver yang bilang ban nya kempes kalau misalkan tidak mau narik penumpang lebih baik tidak di nyalakan untuk aplikasi Nya
2	Sering kali lama mendapat pelayanan untuk maximfood, sekalinya dapat penhemudi meminta uang terlebih dahulu baru mau dibelikan. Ya kalau dibelikan, kalau uang malah dibawa kabur kan repot. Dan ketika pesan dan pengemudi lama tidak bisa langsung dibatalkan. Untuk kolom alasan pembatalan pun juga tidak lengkap sehingga konsumen juga gak bisa kasih alasan yang sesuai kenapa order dibatalkan. Sekedar saran, maxim tolong dioerbaiki baik dari aplikasi, juga pelayanannya.
3	Tolong dong kalau mau merekrut orang baru itu di lihat lagi kelayakan motornya,tdk harus baru yg penting layak di pakai jarak jauh, kalau cuma ojol jorok sma bau sih ga masalah, tp kalau motor ga layak itu kan menyangkut nyawa orang. Sering saya dpt motor yang buat ngegas aja ga ngangkat. Hampir ketabrak truk 2x, yang saya tau dari ojol selain maxim itu, kalau maxim tdk ada asuransiny, apa bila terjadi kecelakaan di jalan. Makany harus di lihat lagi kelayakannya.

**Sumber:** Play Store (2024)

Dalam tabel 1.3 yang disajikan di atas, ditemukan bahwa pelanggan mengalami ketidakpuasan terhadap layanan yang diberikan oleh Maxim. Hal ini terungkap dari adanya keluhan yang menyatakan bahwa setiap kali pelanggan memesan layanan dari Maxim, pengemudi seringkali memberikan alasan terkait ban bocor. Situasi ini menyebabkan ketidakpuasan di antara pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh Maxim. Para pelanggan merasa frustrasi dan kecewa karena pengalaman mereka dengan layanan ini tidak sesuai dengan harapan mereka, serta terganggu oleh keberadaan alasan yang terkesan tidak konsisten dari

pengemudi. Hal ini menciptakan persepsi bahwa kualitas layanan Maxim tidak dapat diandalkan dan dapat mempengaruhi citra perusahaan di mata pelanggan. Oleh karena itu, penting bagi Maxim untuk mengatasi masalah ini dengan meningkatkan kualitas layanan dan memastikan keandalan pengemudi dalam menyajikan alasan yang jelas dan konsisten kepada pelanggan.

Di samping aspek tersebut, terdapat pula pelanggan yang mengungkapkan ketidakpuasan terhadap waktu yang diperlukan untuk menerima layanan dari MaximFood. Permasalahan ini menjadi fokus utama dari ketidakpuasan pelanggan terhadap perusahaan tersebut. Para pelanggan merasa bahwa keterlambatan dalam penyediaan layanan mengganggu pengalaman mereka dalam memanfaatkan layanan tersebut, dan hal ini mungkin mempengaruhi pandangan mereka terhadap kualitas pelayanan yang disediakan oleh MaximFood. Oleh karena itu, sangat penting bagi perusahaan untuk mengatasi permasalahan ini guna memelihara kepuasan pelanggan dan meningkatkan reputasi mereka di pasar. Tindakan yang tepat dalam menangani masalah ini akan membantu membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan dan memperkuat posisi perusahaan dalam persaingan bisnis yang semakin ketat.

Selain itu, beberapa pelanggan juga menyampaikan ketidakpuasan terhadap mutu sepeda motor yang dipakai oleh pengemudi Maxim. Mereka mengkritik bahwa kualitas kendaraan tersebut tidak memadai dan tidak layak untuk dipergunakan, sehingga berpotensi membahayakan keselamatan mereka selama menggunakan layanan tersebut. Keluhan ini menjadi fokus utama karena berkaitan langsung dengan keselamatan dan kenyamanan pelanggan, serta

menyoroti pentingnya pengawasan dan peningkatan regulasi terhadap kendaraan yang digunakan dalam *platform* transportasi daring seperti Maxim. Dengan demikian, perlunya tindakan lebih lanjut untuk memastikan bahwa kendaraan yang digunakan memenuhi standar keselamatan yang ketat dan memberikan pengalaman yang memuaskan bagi setiap pelanggan.

Loyalitas pelanggan terhadap layanan Maxim masih belum mencapai tingkat optimal karena persaingan yang sengit di industri transportasi *online* di Indonesia. Meskipun Maxim telah menawarkan layanan yang dapat diandalkan, dan berbagai fitur menarik, namun tantangan dari pesaing-pesaingnya membuat perusahaan harus terus berinovasi untuk mempertahankan dan menarik lebih banyak pelanggan. Pernyataan tersebut dapat didukung oleh data yang disajikan di bawah ini:

**Tabel 1.4** Layanan Ojek *Online* Pilihan Masyarakat Indonesia 2023

No	Nama Aplikasi	Tahun
1	Gojek	54,4%
2	Grab	29,9%
3	Maxim	12,3%
4	InDriver	2,4%
5	Lainnya	0,9%

**Sumber:** GoodStats (2024)

Dalam informasi yang terdapat dalam tabel 1.4 di atas, pada tahun 2023, Maxim berada di urutan ketiga dalam hal popularitas layanan ojek *online* di Indonesia, dengan pangsa pasar 12,3%, menurut laporan yang dirilis oleh Goodstats. Namun demikian, pangsa pasar tersebut masih jauh di bawah Gojek yang menduduki peringkat pertama dengan pangsa pasar mencapai 54,4%. Kurangnya loyalitas pelanggan terhadap aplikasi Maxim disebabkan oleh persepsi negatif konsumen terhadap beberapa masalah yang masih ada dalam *platform*

Maxim yang belum sepenuhnya teratasi. Konsumen merasa bahwa masih ada kekurangan yang perlu ditangani dengan lebih baik oleh Maxim, dan hal ini kemungkinan akan mempengaruhi tingkat kesetiaan mereka dalam menggunakan layanan tersebut. Oleh karena itu, Maxim perlu secara teliti menilai pengalaman pengguna yang mereka berikan dan secara proaktif memperbaiki setiap elemen yang memengaruhi kesetiaan pelanggan. Langkah ini sangat penting untuk mempertahankan atau bahkan meningkatkan pangsa pasar mereka di masa depan.

Menurunnya tingkat loyalitas terhadap layanan Maxim dapat disebabkan oleh adanya *feedback* negatif yang telah diberikan oleh sejumlah pelanggan. Kritik-kritik ini mencakup beragam masalah, mulai dari kualitas layanan yang menurun, keterlambatan pengiriman, hingga ketidakpuasan terhadap pengalaman secara keseluruhan. Ketika pelanggan mengalami masalah atau ketidaknyamanan, mereka cenderung mencari alternatif lain yang lebih memenuhi kebutuhan atau memberikan pengalaman yang lebih baik. Oleh karena itu, Maxim diharuskan untuk mendengarkan umpan balik pelanggan dan mengambil tindakan yang sesuai untuk memperbaiki masalah yang ada. Merespons dengan cepat dan efektif terhadap keluhan pelanggan dapat membantu merebut kembali kepercayaan mereka dan membangun kembali loyalitas terhadap merek.

Selain hal tersebut, persaingan yang sengit di industri layanan transportasi *online* telah menghambat Maxim untuk menjadi pilihan teratas bagi konsumen. Berbagai *platform* transportasi *online* bersaing secara intensif dalam menarik perhatian pelanggan dengan menawarkan berbagai promosi, diskon, dan layanan tambahan. Akibatnya, Maxim belum mampu menonjolkan keunggulannya di

tengah pasar yang ramai ini. Dalam menghadapi persaingan ini, Maxim perlu terus mengembangkan strategi pemasaran dan inovasi layanan untuk memperkuat daya saingnya dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Hal ini dapat mencakup peningkatan kualitas layanan, pengembangan fitur-fitur baru yang menarik, serta upaya membangun citra merek yang kuat dan dapat diandalkan. Dengan demikian, Maxim dapat berusaha untuk memosisikan dirinya sebagai pilihan yang lebih menarik dan dapat diandalkan bagi para konsumen di pasar layanan transportasi *online* yang semakin ketat ini.

Dengan pemahaman yang komprehensif terhadap konteks yang telah diuraikan, peneliti merasa terdorong secara intensif untuk mengeksplorasi lebih lanjut topik yang telah diperkenalkan, yang bisa diberi judul **“Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Maxim Di Kota Batam”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Seperti yang telah disoroti sebelumnya, prioritas dapat diberikan pada identifikasi masalah dengan ruang lingkup seperti yang disebutkan di bawah ini:

1. Pelanggan mengeluhkan bahwa ketika mencoba untuk melihat rute perjalanan di dalam aplikasi Maxim, penentuan lokasi tidak pernah akurat.
2. Setiap pembaruan aplikasi, akun pelanggan secara otomatis *log out* dan ketika mencoba *log in* muncul keterangan bahwa jumlah permintaan sudah melebihi batas yang ditentukan.
3. Pengguna frustrasi dengan dompet digital aplikasi Maxim yang belum bisa memanfaatkannya karena terdapat keterangan *coming soon*.

4. Terdapat keluhan bahwa setelah pelanggan melakukan pengisian saldo, aplikasi Maxim tersebut tidak bisa dapat digunakan.
5. Ketika pelanggan mengirimkan dokumen melalui Maxim, dokumen tersebut tidak sampai ke tujuan, melainkan dibawa kabur oleh pengemudi.
6. Pelanggan merasa kecewa terhadap pengalaman menggunakan layanan Maxim karena merasa bahwa pengemudi tidak bertindak dengan kesopanan.
7. Setiap kali pelanggan memesan layanan dari Maxim, pengemudi seringkali memberikan alasan terkait ban bocor.
8. Terdapat pelanggan yang mengungkapkan ketidakpuasan terhadap waktu yang lama untuk menerima layanan dari MaximFood.
9. Kualitas kendaraan pengemudi Maxim tidak memadai dan tidak layak untuk dipergunakan, sehingga berpotensi membahayakan keselamatan.
10. Pada tahun 2023, Maxim berada di urutan ketiga dalam hal popularitas layanan ojek *online* di Indonesia, dengan pangsa pasar 12,3%.
11. Menurunnya tingkat loyalitas terhadap layanan Maxim disebabkan oleh adanya *feedback* negatif yang telah diberikan oleh sejumlah pelanggan.
12. Persaingan yang sengit di industri layanan transportasi *online* telah menghambat Maxim untuk menjadi pilihan teratas bagi pelanggan.

### **1.3 Batasan Masalah**

Untuk menjaga fokus pada tujuan penelitian yang telah ditetapkan, batasan masalah yang diterapkan dapat mencakup aspek-aspek berikut:

1. Saat mengidentifikasi variabel penelitian, peneliti akan memusatkan perhatian pada kemudahan penggunaan, kepercayaan, kepuasan dan loyalitas pelanggan.

2. Responden yang akan terlibat dalam penelitian ini merupakan para pelanggan Maxim yang berlokasi di Kota Batam pada tahun 2024.

#### **1.4 Rumusan Masalah**

Dengan dapat mempertimbangkan informasi yang telah disampaikan sebelumnya, masalah yang akan diselidiki dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Maxim di Kota Batam?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Maxim di Kota Batam?
3. Apakah kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Maxim di Kota Batam?
4. Apakah kemudahan penggunaan, kepercayaan dan kepuasan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan Maxim di Kota Batam?

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Dalam proses pengembangan rumusan masalah yang telah disebutkan sebelumnya, tujuan penelitian ini adalah untuk mencapai tujuan berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan terhadap loyalitas pelanggan Maxim di Kota Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan Maxim di Kota Batam.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan Maxim di Kota Batam.



4. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan, kepercayaan dan kepuasan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada Maxim di Kota Batam.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

### **1.6.1 Secara Teoritis**

Penelitian ini akan memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan kepuasan mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan. Hasil dari penelitian ini juga dapat memberikan wawasan yang berharga bagi pemangku kepentingan dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu, penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada literatur akademis tentang manajemen pemasaran dan perilaku konsumen dengan memperluas pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan di industri layanan.

### **1.6.2 Secara Praktis**

#### **1. Bagi Peneliti**

Penelitian ini memberikan pemahaman mendalam tentang hubungan antara faktor-faktor seperti kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan di Maxim Kota Batam. Para peneliti akan mendapatkan pengalaman dalam mengaplikasikan metodologi penelitian untuk menganalisis dan memahami perilaku konsumen di tingkat lokal. Hasil penelitian ini juga dapat membuka peluang bagi peneliti untuk melakukan penelitian lanjutan atau mengembangkan bidang penelitian terkait.

## 2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berharga bagi perusahaan Maxim di Kota Batam. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, perusahaan dapat mengidentifikasi area di mana mereka dapat meningkatkan layanan mereka, seperti dalam meningkatkan kemudahan penggunaan, memperkuat kepercayaan dan kepuasan. Dengan demikian, perusahaan dapat memperkuat hubungan dengan pelanggan yang eksisting, yang pada gilirannya akan berdampak positif pada kinerja bisnis mereka.

## 3. Bagi Universitas Putera Batam

Penelitian ini merupakan kontribusi terhadap akademik dan intelektual Universitas Putera Batam. Dengan mendorong penelitian yang relevan dengan konteks lokal, universitas ini dapat memperkuat reputasinya sebagai pusat pengetahuan yang berorientasi pada kebutuhan masyarakat dan industri di sekitarnya. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat diintegrasikan ke dalam kurikulum untuk memperkaya pengalaman belajar mahasiswa, serta menjadi dasar bagi pengembangan program-program pelatihan atau konsultasi bagi industri di Kota Batam.

## 4. Bagi Penelitian Selanjutnya

Temuan dari penelitian ini dapat menjadi landasan bagi penelitian selanjutnya dalam bidang manajemen pemasaran dan perilaku konsumen. Pada penelitian selanjutnya dapat mengembangkan kerangka konseptual yang lebih mendalam atau mengeksplorasi faktor-faktor lain yang memengaruhi loyalitas pelanggan di industri tertentu. Selain itu, penelitian lanjutan juga dapat memperluas

cakupan geografis atau melibatkan sampel yang lebih luas untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang fenomena ini.