

PENGARUH TARIF DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN JASA TRANSPORTASI *ONLINE* MAXIM

**Wajedi
Nirwan**

Program Studi S1 Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tadulako
Email author: wajdizyy@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi dan menilai dampak tarif dan kualitas layanan terhadap keputusan pelanggan menggunakan layanan transportasi *online* Maxim di Kota Palu secara bersamaan. Metode penelitian yang digunakan adalah desain informal. Warga Kota Palu yang memanfaatkan layanan transportasi *online* Maxim menjadi subjek penelitian ini. Pendekatan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *incidental sampling*. Total ada 60 orang yang disurvei. Observasi, wawancara, dan kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini. Skala Likert dan analisis regresi linier berganda digunakan sebagai metode analisis. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa variabel tarif dan kualitas layanan berpengaruh secara serempak dan signifikan terhadap keputusan menggunakan transportasi *online* Maxim di Kota Palu.

Kata Kunci: Tarif, Kualitas Layanan, Keputusan konsumen

Abstrak

The purpose of this research is to develop and assess the influence of rate and service quality towards customer decisions using Maxim online transportation service in Palu simultaneously. The research method is using an informal design. Palu's residents who use Maxim's online transportation service are the subjects of this research. The sample approach is incidental sampling. 60 people are surveyed. Observations, interviews, and questionnaires are used to collect data in this research. Likert scale and multiple linear regression analysis is used as the method of analysis. So, it can be said that the tariff and service quality variables simultaneously and significantly affect the decision to using Maxim online transportation in Palu.

Keywords: Rates, Quality of Service, Consumer Decision

PENDAHULUAN

Transportasi adalah proses memindahkan, mengarahkan, mengangkut, atau mengalihkan suatu objek dari satu lokasi ke lokasi lain ketika tidak lagi berfungsi atau dapat digunakan karena alasan lain (Miro 2012). Transportasi sangat bermanfaat bagi perekonomian suatu daerah bahkan suatu negara semakin terorganisir transportasi di suatu lokasi, semakin berkembang perekonomiannya. Pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat berdampak pada meningkatnya permintaan jasa transportasi, yang membuat bisnis di industri jasa transportasi semakin berkembang. Maxim, GoJek, Grab, dan perusahaan jasa ojek *online* ternama lainnya kini hadir. Semuanya menyediakan layanan yang hampir sama, mulai dari pengantaran orang, komoditas, dan makanan dengan biaya yang bervariasi, namun dengan mekanisme pemesanan yang sama, yaitu pemesanan melalui aplikasi.

Maxim di Kota Palu mulai beroperasi pada 27 Desember 2019, dengan jumlah pengemudi di Kota Palu sebanyak 700 pengemudi, dengan tarif per km Rp 4000,00, dan 75% menggunakan motor metik, 15% motor bebek dan 10% motor moge. Transportasi Maxim banyak digunakan karena akses yang lebih mudah bagi semua orang dan masyarakat, transportasi Maxim memiliki sepuluh juta pengguna di Indonesia. Selain menerima jasa ojek manusia sebagai objek, Maxim juga menyediakan jasa pengiriman barang seperti memesan makanan, mengantarkan paket, atau sekedar menerima kelebihan barang dan menyerahkannya kepada pengguna jasa. Kenyamanan yang ditawarkan Maxim membuat jumlah orang yang menggunakan transportasi Maxim semakin bertambah setiap harinya (www.taximmaxim.com). Dengan hadirnya perusahaan transportasi *online* Maxim yang sudah cukup terkenal di Kota Palu, Perusahaan transportasi Maxim berbasis aplikasi ini terbukti memberikan

manfaat yang cukup besar, khususnya dalam kehidupan sosial masyarakat Kota Palu. Jika dibandingkan dengan kompetitornya.

Transportasi merupakan salah satu penyedia transportasi yang memiliki pasar tersendiri dengan biaya yang lebih murah. Sebagai penyedia jasa transportasi internet, Maxim telah banyak membantu masyarakat. Maxim tidak hanya menawarkan transportasi, tetapi juga berbagai layanan tambahan dengan biaya lebih rendah daripada pesaingnya. Untuk bersaing dengan layanan transportasi tradisional, menggunakan mobil *online* adalah solusi cerdas. Karena tarif transportasi lebih murah dan jelas, dapat diantar dan diambil di tempat yang telah ditentukan, serta memiliki tingkat keamanan yang lebih tinggi, konsumen semakin nyaman dengan transportasi Maxim. Dengan sistem *cash register*, Anda dapat memesan dan membayar jasa transportasi. Orang dihadapkan pada dilema apakah akan menggunakan salah satu dari banyak layanan transportasi yang tersedia karena persaingan untuk layanan ini tumbuh.

Keputusan pembelian adalah proses dimana konsumen mengenali masalah, mencari informasi tentang produk atau merek tertentu, dan mengevaluasi seberapa efektif setiap solusi alternatif dapat memecahkan masalah yang mengarah pada keputusan pembelian (Kotler dan Armstrong 2013). Strategi penetapan harga produsen atau perusahaan merupakan hal yang perlu diperhatikan karena harga dapat menentukan apakah konsumen akan melakukan pembelian atau tidak. Aveline Novita Rumengan dkk. (2015). Selain harga, kualitas layanan mempengaruhi keputusan untuk membeli suatu produk atau layanan. Untuk menyeimbangkan harapan konsumen, kualitas layanan mengacu pada upaya untuk memenuhi permintaan dan keinginan pelanggan. Kesan konsumen atas layanan yang mereka terima dan apa yang mereka harapkan dapat digunakan untuk mengevaluasi kualitas layanan perusahaan. Dianggap luar biasa dan berkualitas tinggi jika layanan diperoleh atau terlihat dapat diterima dan memuaskan, dan jika layanan yang diterima melampaui harapan pelanggan. Sebaliknya jika pelayanan yang diperoleh tidak sesuai dengan harapan disebut pelayanan yang mengecewakan (Tjiptono, 2014).

Dalam berkendara, pengemudi harus berusaha untuk memberikan keamanan dan kenyamanan. Sepeda motor harus berfungsi secara efektif dan aman untuk memastikan keselamatan pengguna Maxim sekaligus memungkinkan pengemudi untuk memberikan layanan terbaik kepada pelanggan. Banyak pelanggan di Kota Palu yang sudah menggunakan jasa Maxim. Khususnya masyarakat perumahan Kota Palu, walaupun ini masih tergolong baru, sudah ada beberapa warga atau pelajar di Kota Palu menggunakan jasa ojek *online* Maxim walaupun tidak terlalu sering digunakan. Untuk membuat konsumen menggunakan transportasi *online*, Maxim harus memiliki tarif pengiriman yang rendah dan kualitas pelayanan yang baik. Menariknya harga yang ditawarkan akan mempengaruhi minat pelanggan saat ingin menggunakan layanan ojek *online* Maxim. Lebih lanjut, Maxim akan didesak untuk terus menghasilkan pemasaran dan harga yang wajar dan menarik untuk meyakinkan klien. Perusahaan yang menawarkan harga menarik dan layanan berkualitas yang memenuhi tingkat minat pelanggan akan mampu bertahan karena menciptakan nilai lebih dari pesaingnya, untuk memenangkan persaingan.

Konsumen yang berbeda melakukan aktivitas yang berbeda untuk menggunakan layanan perusahaan, yang disebut sebagai keputusan pembelian. Data pelanggan akan diperhitungkan, dan keputusan untuk menggunakan layanan Maxim akan dibuat berdasarkan kebutuhan mereka. Pelanggan memesan mobil di layanan ojek *online* Maxim berdasarkan kebutuhan yang belum terpenuhi dan kebutuhan yang harus dipenuhi. Harga terkait dengan diskon dan kode promo untuk mendapatkan diskon. Kualitas layanan luar biasa yang dikeluhkan konsumen adalah perilaku seorang pengemudi, layanan yang kurang memuaskan, fasilitas yang disediakan driver, serta kendaraan yang digunakan driver. Memang, pertanyaan tentang keputusan konsumen tentang tarif dan kualitas layanan tidak sulit atau rumit, tetapi tidak mempertimbangkannya dapat memiliki efek negatif bagi bisnis. Atau, jika konsumen tidak puas dengan layanan mengemudi, layanan pelanggan lainnya tidak mau menggunakan kendaraan transportasi Maxim lagi. Harga, kualitas layanan, dan fasilitas yang sesuai, serta etika atau tata krama, semuanya harus membantu sistem konsumen dalam mengambil keputusan. Karena pentingnya tarif dan kualitas layanan, peneliti mengambil topik Pengaruh tarif dan kualitas layanan terhadap keputusan konsumen untuk memanfaatkan layanan transportasi *online* Maxim di Kota Palu. Berdasarkan latar belakang di atas maka pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tarif

dan kualitas layanan terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa transportasi *online* Maxim di Kota Palu.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian berupa angka-angka yang akan diukur dengan menggunakan statistika sebagai alat uji aritmatika yang berhubungan dengan masalah yang diteliti untuk sampai pada suatu kesimpulan (Sugiyono 2014). Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kausal, *Setting* penelitian berisi tentang pengaruh tarif dan kualitas layanan terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa transportasi *online* Maxim di Kota Palu. Penelitian ini akan mengambil tempat di Kota Palu, karena merupakan salah satu daerah yang memiliki akses transportasi. Populasi dalam penelitian ini adalah semua masyarakat Kota Palu yang pernah menggunakan transportasi *online* Maxim, Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui karena tidak ada pencatatan jumlahnya.

Pengambilan sampel yang tidak didasarkan pada probabilitas, adalah pendekatan pengambilan sampel dimana setiap elemen atau anggota populasi tidak mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Karna jumlah populasinya tidak diketahui, maka teknik penarikan sampelnya menggunakan teknik *accidental sampling* Sugiyono (2014:122). *Accidental sampling* adalah strategi random sampling, artinya siapa saja yang ditemui peneliti di lokasi penelitian seperti konsumen, akan dijadikan sampel jika memenuhi kriteria. Untuk penelitian analisis multivariat, disarankan ukuran sampel adalah minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti (korelasi atau regresi berganda). (Dalam hal ini, variabel terikat juga merupakan variabel bebas.) Ukuran sampel untuk penyelidikan ini diputuskan menjadi 20 berdasarkan ide ini. Berikut ini adalah contohnya : $20(2+1) = 20(3) = 60$.

Adapun jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif, digunakan untuk mengkaji keadaan objek-objek alami, dimana peneliti merupakan alat utama untuk wawancara. Dan data kualitatif, digunakan untuk memeriksa keadaan subjek alami, di mana peneliti adalah alat kunci dalam wawancara. Sumber data yang digunakan adalah data primer, seperti informasi yang dikumpulkan untuk penelitian ini melalui survei dan wawancara dengan para ahli. Dan data sekunder, atau informasi yang diperoleh dari sumber lain yang tidak terkait langsung dengan pertanyaan penelitian. Data sekunder dikumpulkan dari buku, evaluasi penelitian masa lalu, dan sumber lain untuk penyelidikan ini. Dengan metode pengumpulan data yaitu Observasi, adalah mengamati harga dan kualitas layanan terhadap keputusan menggunakan jasa transportasi *online* Maxim di Kota Palu. Wawancara, yaitu pengumpulan informasi dari responden melalui wawancara langsung mengenai tarif dan kualitas layanan atas keputusan konsumen menggunakan jasa transportasi *online* Maxim di Kota Palu. Kuesioner, yaitu serangkaian pertanyaan tertulis yang diajukan secara terstruktur, yaitu pertanyaan yang mengharuskan responden untuk memilih salah satu kemungkinan tanggapan, terutama yang berkaitan dengan pengaruh penetapan harga dan kualitas layanan terhadap keputusan pelanggan. Dengan teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

1. Berdasarkan Umur

Menunjukkan bahwa responden yang menggunakan transportasi *online* Maxim di Kota Palu memiliki kisaran 17-23 tahun yaitu sebanyak 19 orang (32%), 24-29 tahun sebanyak 20 orang (33%), 30-35 tahun sebanyak 15 orang (25%), dan lebih dari 36-41 tahun sebanyak 6 orang (10%). Dari distribusi responden berdasarkan umur, terlihat jelas bahwa mayoritas responden yang menggunakan transportasi *online* Maxim berada pada kisaran usia 24-29 tahun.

2. Berdasarkan Jenis Kelamin

Menunjukkan bahwa sebanyak 24 orang (40%) adalah berjenis kelamin laki-laki, sedangkan sebanyak 36 orang (60%) berjenis kelamin perempuan. Menurut teori ini, perempuan mendominasi fitur berbasis gender responden. Hal ini mengindikasikan bahwa perempuan lebih memiliki keinginan untuk menggunakan transportasi *online* Maxim untuk membantu kebutuhan mereka dibandingkan laki-laki.

3. Berdasarkan Pekerjaan

Menunjukkan bahwa dari 60 responden yang menggunakan transportasi *online* Maxim di Kota Palu, yang berprofesi sebagai mahasiswa sebanyak 17 orang (28%), berprofesi sebagai pegawai negeri

sipil (PNS) sebanyak 8 orang (13%), berprofesi sebagai karyawan swasta sebanyak 20 orang (34%), berpropesi sebagai wirausaha sebanyak 9 orang (15%), dan yang berprofesi sebagai nelayan, petani, peternak sebanyak 6 orang (10%). Distribusi responden berdasarkan pekerjaan, terlihat bahwa mayoritas responden yang menggunakan transportasi *online* Maxim di Kota Palu adalah karyawan swasta.

4. Berdasarkan Pendapatan

Menunjukkan bahwa dari segi pendapatan per bulan, responden yang menggunakan transportasi *online* Maxim di Kota Palu memiliki penghasilan per bulan Rp 100-2.499.000 sebanyak 19 orang (32%), Rp 2.500.000-4.999.000 sebanyak 26 orang (43%), Rp 5000.000-7.499.000 sebanyak 6 orang (10%), Rp 10,000.000 keatas seabanyak 3 orang (5%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden yang menggunakan transportasi *online* Maxim memiliki penghasilan per bulan Rp 2.500.000-4.999.000 dikarenakan sebagian besar responden adalah karyawan swasta.

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Tujuan dari pengujian hipotesis ini dimaksudkan untuk mencari tahu hubungan-hubungan antara tiap-tiap variabel yang diteliti. Hasil penelitian dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	B	Std Error	Beta	Sig t
Tarif	-0,479	0,084	-0,561	0,000
Kualitas layanan	0,433	0,145	0,295	0,04
Multi R = 0,733				
R Square = 0,537				
Adjusted R-Square = 0,521				Sig F = 0,000

Sumber: Data, diolah (2021)

Berdasarkan nilai dari Tabel 1 di atas, maka persamaan regresi linear berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = 4,037 + -0,479 + 0,433 \tag{1}$$

Adapun penjelasan bentuk persamaa tersebut adalah sebagai berikut:

1. Untuk nilai konstanta sebesar 4.037 artinya, jika variabel tarif dan kualitas layanan adalah 0 (nol) maka keputusan konsumen menggunakan jasa transportasi online Maxim di Kota Palu akan meningkat.
2. Nilai koefisien regresi Tarif (X_1) sebesar 0,479. Hal ini menyatakan bahwa jika keputusan konsumen menggunakan jasa transportasi *online* Maxim di Kota Palu meningkat 1 satuan, maka tarif akan menurun sebesar 0,479 satuan.
3. Nilai koefisien regresi kualitas layanan (X_2) sebesar 0,433. Hal ini menyatakan bahwa jika keputusan konsumen menggunakan jasa transportasi *online* Maxim di Kota Palu meningkat 1 satuan, maka kualitas layanan akan meningkat sebesar 0,433 satuan.

Variabel bebas (X_1 dan X_2) memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap variabel terikat, sebagaimana ditunjukkan oleh persamaan di atas (Y). Berdasarkan hasil rekapitulasi analisis regresi linier berganda di atas, pengaruh hasil uji determinan R Square sebesar 0,537 atau 53,7 persen, menunjukkan bahwa variabel (X_1 dan X_2) berpengaruh terhadap keputusan penggunaan 53,7 persen, sedangkan sisanya 40,7 persen dipengaruhi oleh variabel eksternal. model. Sejauh mana hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat yaitu pilihan penggunaan transportasi *online* Maxim di Kota Palu memiliki hubungan yang erat. Temuan Multiple R mengungkapkan bahwa jumlah keeratan variabel adalah 73,3 persen, dengan nilai Multiple R 0,733.

Pengujian Hipotesis Koefisien Determinasi Ganda (Uji F)

Berdasarkan uji F diperoleh nilai sig f sebesar $0,00 < \alpha = 0,05$. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa variabel tersebut secara serempak berpengaruh signifikan, atau dapat dikatakan bahwa hipotesis yang diajukan yang berbunyi pengaruh tarif dan kualitas layanan terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa transportasi *online* Maxim di Kota Palu dapat diterima kebenarannya. Adapun besar pengaruh dari kedua variabel bebas tersebut, dapat dilihat dari nilai R Square sebesar 0,537 atau 53,7% adapun sisanya 47% di pengaruhi oleh variabel diluar model.

Pengujian Hipotesis Koefisien Determinasi Parsial (Uji T)

1. Berdasarkan uji t diperoleh nilai sig t sebesar $0,00 < \alpha = 0,05$. Dengan demikian bahwa variabel tarif secara parsial berpengaruh signifikan. Atau dapat dikatakan bahwa hipotesis yang diajukan yang berbunyi pengaruh tarif terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa transportasi *online* Maxim di Kota Palu dapat diterima kebenarannya. Adapun besar pengaruhnya yaitu -0.561, atau 56,1%
2. Berdasarkan uji t diperoleh nilai sig t sebesar $0,04 < \alpha = 0,05$. Dengan demikian bahwa variabel kualitas layanan secara parsial berpengaruh signifikan. Atau dapat dikatakan bahwa hipotesis yang diajukan yang berbunyi pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa transportasi *online* Maxim di Kota Palu dapat diterima kebenarannya. Adapun besar pengaruhnya yaitu 0,295 atau 29,5%.

Pengaruh Tarif dan Kualitas layanan Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Transportasi Online

Berdasarkan uji hipotesis secara serempak yang telah dilakukan pada transportasi *online* Maxim Kota Palu diketahui bahwa variabel Tarif (X1) dan Kualitas layanan (X2) secara serempak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan menggunakan (Y) jasa transportasi *online* Maxim di Kota Palu. Hal ini membuktikan bahwa keputusan konsumen menggunakan transportasi *online* Maxim di Kota Palu akan meningkat apabila didukung oleh komponen-komponen seperti tarif yang terjangkau, murah, kualitas layanan yang baik. Kemudian ditawarkan kepada konsumen sehingga dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan. Maka pelanggan akan percaya dan tertarik untuk menggunakan transportasi *online* Maxim di Kota Palu.

Penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yasnimar (2018) dan Hendratono (2017), Menyatakan bahwa harga, kualitas layanan, berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa layanan Gojek di wilayah kecamatan Cibinong.

Variabel Tarif Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Transportasi Online

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa di Kota Palu, variabel tarif (X1) berpengaruh secara parsial terhadap variabel pilihan untuk menggunakan (Y) transportasi *online* Maxim. Adapun indikator pada penelitian ini adalah Tarif yang mahal, informasi tarif yang lengkap, Tarif yang bersaing, Tarif Maxim yang terjangkau, Tarif Maxim yang murah,

Berdasarkan hasil wawancara dari salah satu pengguna transportasi *online* Maxim yaitu ibu Nurfa, bahwa tarif yang murah adalah salah satu sasaran utama yang dilihat konsumen pada saat ingin menggunakan transportasi *online* Maxim. Karna Maxim dapat memberikan tarif yang murah, terjangkau juga oleh masyarakat Kota Palu dan bagi penggunanya, membuat konsumen ingin menggunakan Maxim meskipun tarif telah ditetapkan oleh perusahaan Maxim. oleh karena itu, tidak perlu lagi ada tawar-menawar antara penumpang dengan driver Maxim. Tarif yang terjangkau oleh masyarakat umum sehingga membuat tarif jasa Maxim dirasa lebih murah dibandingkan dengan transportasi lainnya. Adanya potongan tarif yang diberikan oleh transportasi *online* Maxim dan cara pembayaran yang mudah membuat konsumen selalu ingin menggunakan jasa transportasi *online* Maxim kembali. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa di Kota Palu, variabel tarif (X1) berpengaruh secara parsial terhadap variabel pilihan untuk menggunakan (Y) transportasi *online* Maxim.

Penelitian ini diperkuat oleh penelitian terdahulu Yasnimar (2018). Menyatakan bahwa variabel harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan untuk menggunakan layanan Go-jek di wilayah Kecamatan Cibinong.

Variabel Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Transportasi Online

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X2) berpengaruh secara parsial terhadap variabel pilihan (Y) untuk memanfaatkan transportasi *online* Maxim di Kota Palu. Adapun indikator pada penelitian ini adalah Pesanan sesuai harapan, Mengatasi pesanan dengan nilai kecil dan nilai besar, Ramah, Sopan, Berpenampilan yang menarik, Respon driver yang cepat tanggap, Cepat mengantar pesanan,

Berdasarkan hasil wawancara dari salah satu pengguna transportasi *online* Maxim yaitu ibu Nurfa, bahwa yang menjadi faktor penting dalam memutuskan untuk menggunakan transportasi *online* Maxim yaitu adanya kesesuaian dengan ekspektasi, dan cepatnya driver mengantar pesanan, adanya kenyamanan yang dirasakan oleh pengguna transportasi *online* Maxim, mengharapkan kualitas layanan yang baik dan memadai seperti kebersihan driver, keramahan driver, kenyamanan, adanya pembicaraan pada saat mengantar pelanggan, keamanan dalam berkendara. Itu menjadi faktor utama yang dilihat oleh pelanggan pada saat ingin menggunakan transportasi *online* Maxim, dan semua itu sudah diterapkan dalam standar operasional pada transportasi *online* Maxim. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X2) berpengaruh secara parsial terhadap variabel pilihan (Y) untuk memanfaatkan transportasi *online* Maxim di Kota Palu.

Penelitian ini diperkuat oleh penelitian terdahulu yaitu Kandoli (2019), dan Siska Farenzia & Raymond (2020). Menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan Taxi *online* Go-car.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengamatan, wawancara, maka dapat disimpulkan bahwa variabel tarif dan kualitas layanan secara serempak berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa transportasi *online* Maxim di Kota Palu. Hal ini membuktikan bahwa keputusan konsumen menggunakan transportasi *online* Maxim di Kota Palu akan meningkat apabila didukung oleh komponen-komponen seperti tarif yang terjangkau, murah, kualitas layanan yang baik. Kemudian ditawarkan kepada konsumen sehingga dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan. Maka pelanggan akan percaya dan tertarik untuk menggunakan transportasi *online* Maxim di Kota Palu.

DAFTAR RUJUKAN

- Aveline, N. R., Hendra, N. T., & Rudy, S. W. (2015). Analisis Merek, Kualitas Produk, dan Strategi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil DAIHATSU AYL A Cabang Manado. *Jurnal EMBA*.
- Farenzia, S., & Raymond. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Transportasi Online Grab. *Manajemen Bisnis*, 33(10).
- Fidel, M. (2012). *Pengantar Sistem Transportasi*. Jakarta: Erlangga.
- Hendratono, T., & Destiani, A. (2017). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Travel Agent Traveloka di Jakarta. *Hospitality dan Pariwisata*, 3(2).
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2013). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi ke-12. Jakarta: Erlangga.
- Kandoli, J. (2019). Analisis Pengaruh Promosi, dan Kualitas layanan Terhadap keputusan Penggunaan Taksi Online Go-Car Oleh Mahasiswa Feb Unsrat. *Jurnal EMBA*, 7(3)
- Noor, J. (2011). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya ilmiah*. Edisi Pertama. Kencana Jakarta.

- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen Pendekatan: 1. Kuantitatif 2.Kualitatif 3. Kombinasi (Mixed Methods) 4. Penelitian Tindakan (Action Research) 5. Penelitian Evaluasi*. Bandung.
- Tjiptono, F. (2014). *"Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan. dan Penelitian*. Yogyakarta Andi Offset.
- Yasnimar, I. (2018). Pengaruh Harga, Kualitas Layanan dan Teknologi E-commerce Terhadap Keputusan untuk Menggunakan Layanan Gojek di wilayah kecamatan Cibinong. *Economicus*, 12(1).