

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Transportasi Online Maxim di Kabupaten Majene

Sari Intan¹, Hamsyah², Muhammad Shaleh³, Sumarsih⁴, Rahmat Ghazali⁵, Muhammad Alwi Hapri⁶.

¹ Mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Sulawesi Barat

^{2,3,4,5,6} Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Sulawesi Barat

¹*Corresponding author's email: sariintankosong31@gmail.com

Abstract. This study aims to identify and analyze the joint influence of service quality and trust on customer satisfaction among users of Maxim online transportation services in Majene Regency. The research employs a quantitative method with an associative approach. Data were collected through questionnaires distributed to 55 respondents. Regression analysis results indicate that both service quality and trust have a significant influence on customer satisfaction, both partially and simultaneously. The R Square value of 0.545 indicates that 54.5% of the variance in customer satisfaction can be explained by these two variables. Thus, good service quality and a high trust are important factors in increasing customer satisfaction among users of the Maxim online transportation service in Majene Regency.

Keywords: Service Quality, Trust, Customer Satisfaction

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi online Maxim di Kabupaten Majene. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan kepada 55 responden. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa baik kualitas pelayanan maupun kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, baik secara parsial maupun simultan. Nilai *R Square* sebesar 0,545 menunjukkan bahwa 54,5% variabel kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh dua variabel tersebut. Dengan demikian, kualitas pelayanan yang baik dan kepercayaan yang tinggi menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi onlin Maxim di Kabupaten Majene.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Kepuasan Konsumen

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi yang pesat di era revolusi industri 4.0 telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam dinamika sosial, ekonomi, dan budaya. Transformasi digital telah memengaruhi cara manusia berinteraksi, bekerja, dan menjalani aktivitas sehari-hari. Salah satu dampak besar dari perkembangan ini adalah meningkatnya penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (TIK), terutama internet dan perangkat mobile seperti smartphone. Keberadaan internet kini menjadi kebutuhan pokok bagi masyarakat di berbagai kalangan. Tidak hanya digunakan untuk komunikasi dan hiburan, internet juga telah mengubah pola konsumsi dan gaya hidup masyarakat modern.

Menurut Khristianto (2011), pertumbuhan pengguna internet meningkat drastis setiap tahunnya, didorong oleh perilaku konsumen yang semakin menginginkan akses informasi secara cepat dan efisien. Selain itu, teknologi memungkinkan transaksi digital yang instan, termasuk melalui aplikasi mobile yang menyediakan berbagai layanan. Hal ini juga ditegaskan oleh Tampubolon (2021), yang menyatakan bahwa konsumen saat ini cenderung memilih layanan yang praktis, cepat, dan dapat diakses kapan saja melalui gawai.

Penggunaan internet kini tidak terbatas pada kalangan tertentu saja, tetapi telah merambah ke seluruh lapisan masyarakat, mulai dari anak-anak, remaja, dewasa, hingga lansia. Dengan adanya internet, segala aktivitas dapat dilakukan dengan lebih cepat, mudah, dan efisien. Kondisi ini menciptakan ekosistem digital yang mendukung perkembangan berbagai sektor layanan publik dan bisnis, termasuk sektor transportasi.

Salah satu sektor yang mengalami transformasi besar akibat kemajuan teknologi adalah jasa transportasi. Munculnya layanan transportasi berbasis aplikasi atau biasa disebut transportasi online menjadi fenomena baru dalam sistem mobilitas masyarakat. Transportasi online menawarkan kemudahan akses, efisiensi waktu, dan kenyamanan yang sebelumnya sulit ditemukan dalam sistem transportasi konvensional. Layanan ini dapat diakses oleh siapa saja hanya melalui smartphone dan koneksi internet, menjadikannya sangat fleksibel dan menarik minat banyak pengguna.

Salah satu layanan transportasi online yang cukup populer dan mengalami pertumbuhan signifikan adalah Maxim. Maxim merupakan perusahaan transportasi berbasis aplikasi yang kini telah merambah ke berbagai daerah di Indonesia, termasuk di Kabupaten Majene. Layanan Maxim mencakup jasa ojek online, taksi online, hingga pengantaran barang. Dalam konteks di Kabupaten Majene, kehadiran Maxim memberikan alternatif transportasi yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat yang memiliki mobilitas tinggi namun keterbatasan akses terhadap transportasi konvensional.

Menurut Karim et al. (2023), transportasi memiliki peran penting dalam mendukung aktivitas ekonomi dan sosial masyarakat, terutama di daerah yang belum memiliki infrastruktur transportasi publik yang memadai. Dengan adanya layanan seperti Maxim, masyarakat tidak perlu lagi menunggu atau mencari transportasi umum di jalan, tetapi cukup memesan melalui aplikasi, dan kendaraan akan datang menjemput ke lokasi pengguna.

Namun, dengan kemunculan Maxim, terdapat pula penyedia layanan transportasi lainnya, seperti jasa kurir dan ojek yang beroperasi secara mandiri. Hal ini menciptakan persaingan yang cukup ketat dalam pasar jasa transportasi, terutama dari aspek harga, kenyamanan, dan kualitas layanan. Dalam kondisi seperti ini, penyedia jasa dituntut untuk terus meningkatkan mutu pelayanannya agar dapat bertahan dan unggul dalam persaingan.

Salah satu faktor utama yang menentukan keberhasilan perusahaan jasa, terutama dalam bidang transportasi online, adalah kualitas layanan dan tingkat kepercayaan konsumen terhadap layanan tersebut. Kualitas layanan merupakan tolak ukur utama bagi pelanggan dalam mengevaluasi pengalaman mereka menggunakan jasa yang diberikan. Layanan yang berkualitas tinggi cenderung memberikan kepuasan yang lebih besar, yang pada akhirnya menciptakan loyalitas pelanggan. Dalam jangka panjang, loyalitas ini akan berdampak pada pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

Namun, mengelola kualitas layanan dalam industri jasa tidaklah mudah. Layanan jasa bersifat *intangible* atau tidak berwujud, sehingga sulit diukur secara langsung. Kualitas pelayanan dalam transportasi online dapat dilihat dari beberapa indikator seperti ketepatan waktu penjemputan, profesionalisme driver, keamanan dan kenyamanan selama perjalanan, serta kejelasan tarif yang dikenakan. Kepercayaan pelanggan terhadap layanan juga tidak kalah penting. Kepercayaan muncul ketika perusahaan secara konsisten memberikan layanan yang aman, sesuai ekspektasi, dan memperhatikan privasi serta keamanan data pribadi pengguna.

Dalam sebuah studi oleh Wijaya et al. (2021), disebutkan bahwa kualitas layanan dan kepercayaan pelanggan merupakan dua faktor yang saling berkaitan erat dalam memengaruhi kepuasan konsumen. Pelanggan yang merasa puas cenderung memiliki persepsi positif terhadap layanan, memberikan rekomendasi kepada orang lain, dan menggunakan kembali layanan tersebut di masa mendatang. Di sisi lain, ketidakpuasan dapat menimbulkan keluhan, perpindahan ke layanan pesaing, hingga menurunnya citra perusahaan.

Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan di Kabupaten Majene, yang Dimana diketahui bahwa masih ada keluhan dari konsumen mengenai pelayanan yang diberikan oleh driver maxim tersebut salah satu contohnya yaitu ketidak tetapan waktu dalam mengambil pelanggan sehingga konsumen ini merasa belum puas atas pelayanan yang diberikan oleh maxim tersebut jadi kualitas pelayanannya ini masih perlulah untuk di tingkatkan kepercayaannyapun masih perlu di tingkatkan karnah kenapa masih ada juga keluhan dari konsumen mengenai kepercayaannya salah satu contohnya yaitu nomor plat di aplikasi tidak sesuai dengan nomor plat yang datang sehingga konsumen ini merasa kurang percaya atas pelayanan yang diberikan oleh pihak maxim tersebut jadi kualitas pelayanan dan kepercayaannya ini masih perlu untuk ditingkatkan untuk memuaskan konsumen.

Permasalahan utama yang ditemukan dalam penelitian ini meliputi ketidak tepatan waktu kedatangan driver dalam mengambil pelanggan atau konsumen, nomor plat mobil tidak sesuai dengan nomor plat mobil yang datang, terbatasnya jumlah driver yang tersedia, serta kendala dalam sistem komunikasi antara pengguna dan driver. Meskipun sebagian besar pelanggan merasa puas, masih terdapat aspek pelayanan yang perlu ditingkatkan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi online Maxim di Kabupaten Majene, serta memberikan rekomendasi perbaikan yang dapat diterapkan oleh perusahaan.

2. Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan kausal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi online Maxim di Kabupaten Majene. Desain penelitian yang digunakan adalah survei dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data utama.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Majene, Sulawesi Barat, dengan fokus pada pengguna jasa transportasi online Maxim.

Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif berupa angka yang diolah secara statistik. penelitian mengumpulkan sumber data berupa data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan melakukan kusioner yang disebarkan kepada responden sedangkan data sekunder diperoleh dari laporan jurnal dan literatur yang relevan

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019) Populasi juga adalah sekelompok orang, kejadian atau benda yang memiliki karakteristik tertentu dan dijadikan objek penelitian (Suryani & Hendryadi, 2015) Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna jasa transportasi online Maxim di Kabupaten Majene. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2019). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability* sampling dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yang Dimana pengambilan sampel berdasarkan pada kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti. Untuk menentukan jumlah sampel peneliti menggunakan rumus menurut Hair et al. (2019) menyarankan bahwa pengambilan jumlah sampel tergantung pada jumlah indikator di kali 5 sampai 10. Jadi jumlah sampel pada penelitian ini adalah:

$$\begin{aligned}\text{Sampel} &= \text{jumlah } indicator \times 5 \\ &= 11 \times 5 \\ &= 55\end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas didapatkan 55 sampel responden yang dapat mewakili Konsumen yang pernah menggunakan jasa transportasi online maxim di Kabupaten Majene.

3. Hasil Dan Pembahasan

Uji validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	No Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan X1	X1.P1	0.633	0.273	Valid
	X2.P2	0.673	0.273	Valid
	X1.P3	0.642	0.273	Valid
	X1.P4	0.548	0.273	Valid
	X2.P5	0.644	0.273	Valid
	X1.P6	0.708	0.273	Valid
	X1.P7	0.608	0.273	Valid
	X2.P8	0.548	0.273	Valid
	X1.P9	0.576	0.273	Valid
	X1.P10	0.632	0.273	Valid

Kepercayaan X2	X1.K1	0.778	0.273	Valid
	X1.K2	0.816	0.273	Valid
	X1.K3	0.648	0.273	Valid
	X1.K4	0.884	0.273	Valid
	X1.K5	0.798	0.273	Valid
	X1.K6	0.77	0.273	Valid
Kepuasan Konsumen Y	X1.N1	0.684	0.273	Valid
	X1.N2	0.687	0.273	Valid
	X1.N3	0.814	0.273	Valid
	X1.N4	0.822	0.273	Valid
	X1.N5	0.822	0.273	Valid
	X1.N6	0.745	0.273	Valid

Sumber: Hasil Pegolahan Data SPSS23 (2025)

Berdasarkan tabel uji validitas di atas menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi r hitung lebih besar dari r tabel, maka dapat disimpulkan bahwa nilai seluruh item pernyataan valid.

Uji Reabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reabilitas

No.	Variabel	Jumlah Item	Cronbach Alpha	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan (X1)	10	0.822	Reliable
2	Kepercayaan (X2)	6	0.854	Reliable
3	Kepuasan Konsumen (Y)	6	0.874	Reliable

Sumber: Hasil Pegolahan Data SPSS23 (2025)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,822 untuk variabel Kualitas Pelayanan (10 item), 0,854 untuk variabel Kepercayaan (6 item), dan 0,874 untuk variabel Kepuasan Konsumen (6 item). Ketiga nilai tersebut melebihi batas minimum 0,70, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen dalam penelitian ini memiliki reliabilitas yang baik dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

Uji Normalitas

Grafik Uji Normalitas



Gambar.1

Berdasarkan pada gambar di atas diketahui titik pada gambar tersebut mendekati dan mengikuti garis diagonal yang ada. Hasil ini menunjukkan bahwa ketiga variabel penelitian yaitu Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Kepuasan Konsumen berdistribusi normal

Uji Multikolinearitas

Tabel 3. Uji Multikolinearitas

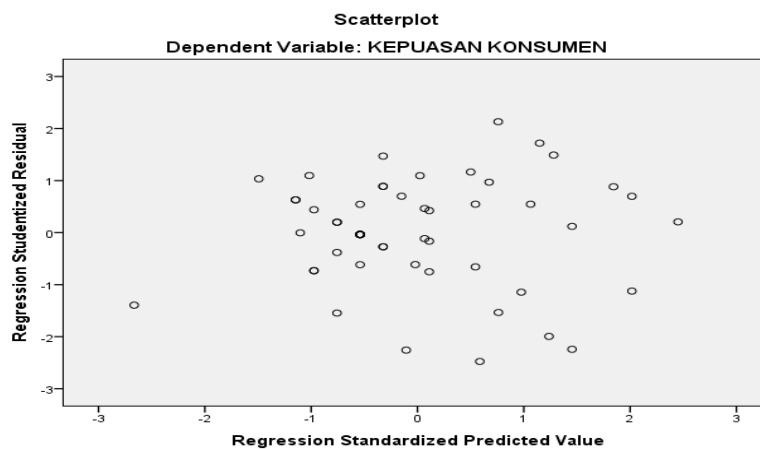
MULTIKOLINERITAS	<i>Tolerance</i>	VIF	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,537	1.862	Non Multikolineritas
Kepercayaan (X2)	0,537	1.862	Non Multikolineritas

Sumber: Hasil Pegolahan Data SPSS23 (2025)

Dari tabel 4.11 menunjukkan bahwa nilai VIF dari masing-masing variabel bebas adalah kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,10, maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut tidak terjadi Multikolinearitas.

Uji Heteroskedastitas

Grafik Uji Heteroskedastitas



Gambar 2

Berdasarkan hasil *scatterplot* di atas, terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk pola tertentu yang jelas, serta menyebar baik di atas maupun di bawah sumbu nol. Hal ini menunjukkan bahwa dalam model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan telah memenuhi asumsi klasik mengenai tidak adanya heteroskedastisitas.

Uji regresi linear berganda

Tabel 4. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized		Standardized	T	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,027	3,182		,009	,993
KUALITAS PELAYANAN (X1)	,406	,100	,517	4,054	,000
KEPERCAYAAN (X2)	,324	,147	,282	2,206	,032

Sumber: Hasil Pegolahan Data SPSS23 (2025)

Dari hasil regresi yang diperoleh, maka dapat dibuat persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,027 + 0,406X_1 + 0,324 X_2$$

1. Angka constanta 0,027 merupakan nilai dari variabel Y sebelum dipengaruhi X1 dan X2
2. Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan 0,406 artinya setiap penambahan satuan pada kualitas pelayanan, akan memberikan peningkatan terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,406
3. Koefisien regresi variabel kepercayaan 0,324, artinya setiap penambahan satuan pada variabel kepercayaan akan memberikan peningkatan kepuasan konsumen 0,324.

Tabel 5. Hasil Uji T

No	Model	T	Sig.
1	(Constant)	.009	.993
	KUALITAS PELAYANAN (X1)	4.054	.000
	KEPERCAYAAN (X2)	2.206	.032

Sumber: Hasil Pegolahan Data SPSS23 (2025)

Berdasarkan pada tabel 5, dapat diketahui bahwa:

1. Kualitas Pelayanan (X1)

Karena nilai t hitung sebesar $4,054 > t \text{ tabel } 2,006$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi online Maxim di Kabupaten Majene. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

diterima.

2. Kepercayaan (X2)

Karena nilai t hitung sebesar $2,206 > t$ tabel $2,006$ dan nilai signifikansi $0,032 < 0,05$. Artinya, kepercayaan juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi online Maxim di Kabupaten Majene. Maka, hipotesis yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen diterima.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 6. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	189.525	2	94.763	31.151	.000 ^b
Residual	158.184	52	3.042		
Total	347.709	54			

Sumber: Hasil Pegolahan Data SPSS23 (2025)

Dasar keputusan untuk menentukan hasil uji F adalah sebagai berikut:

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
2. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Untuk mengetahui berapa nilai F tabel menggunakan rumus sebagai berikut
 $F_{tabel} = F(k;n-k-1) = F(2;52) = 3.17$

Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar $31,151$ lebih besar dari F_{tabel} 3.17 dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 (lebih kecil dari 0.05). Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan (X1) dan Kepercayaan (X2) mempunyai pengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Konsumen (Y) pada taraf kepercayaan 95%. Maka, dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 diterima.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.738 ^a	.545	.528	1.744

sumber: Hasil Pegolahan Data SPSS23 (2025)

Berdasarkan tabel 4.15 diatas, nilai R Square sebesar $0,545$ menunjukkan bahwa $54,5\%$ variabel dependen yaitu kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan kepercayaan sedangkan sisanya $45,55$ dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Transportasi Online Maxim di Kabupaten Majene

Berdasarkan hasil penelitian maka diperoleh bahwa nilai t hitung $> t$ tabel ($4,054 > 2,006$) dengan tingkat sig 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis diterima, yang artinya Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada pengguna jasa transportasi online Maxim di Kabupaten Majene. Hal ini sesuai dengan kondisi yang terjadi pada pengguna jasa transportasi online Maxim di Kabupaten Majene yang menyebabkan variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, yang Dimana para pengemudi maxim mampu meyakinkan pelanggan dengan menunjukkan sikap pelayanan yang profesional dengan pelanggan untuk memuaskan konsumen pengguna jasa transportasi online maxim di Kabupaten Majene. Hal ini menunjukkan bahwa semakin mampu menunjukkan sikap pelayanan yang profesional maka akan sangat mempengaruhi peningkatan kepuasan konsumen pada pengguna jasa transportasi online maxim di kabupaten kabupaten majene.

Pengaruh Kepercayaan Terhadap kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Transportasi Online Maxim di Kabupaten Majene

Berdasarkan hasil penelitian maka diperoleh bahwa nilai t hitung $> t$ tabel ($2,206 > 2,006$) dengan tingkat sig 0,032 lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis diterima, yang artinya Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada pengguna jasa transportasi online Maxim di Kabupaten Majene. Hal ini berarti bahwa hubungan kedua variabel antara Kepercayaan dan Kepuasan konsumen searah, untuk meningkatkan kepuasan konsumen harus juga meningkatkan kepercayaan kepada pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Transportasi Online Maxim di Kabupaten Majene

Berdasarkan hasil penelitian maka diperoleh bahwa nilai F hitung $> F$ tabel ($31,151 > 3,17$) dengan tingkat sig 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis diterima, yang artinya Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada pengguna jasa transportasi online Maxim di Kabupaten Majene. Hal ini berarti bahwa hubungan antara variabel Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan konsumen searah, artinya untuk meningkatkan kepuasan konsumen harus juga meningkatkan kualitas pelayanan dan kepercayaan yang baik dengan pelanggan.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi online Maxim di Kabupaten Majene. Pelayanan yang baik terhadap konsumen menjadi faktor utama untuk terus meningkatkan kepuasan konsumen.
2. Kepercayaan juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. jika Konsumen merasa yakin dan percaya atas pelayanan yang di berikan oleh maxim dan sesuai informasi yang ditampilkan oleh aplikasi Maxim maka dapat meningkatkan kepuasan konsumen.
3. Kualitas pelayanan dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. untuk meningkatkan kepuasan konsumen maka Maxim harus meningkatkan kualitas pelayanan yang optimal serta membangun kepercayaan yang baik

dengan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Hair, et al. (2019). *Multivariate Data Analysis 8 Ed. Canada: Cengage Learning*

Khristianto, P. L. (2011). Integrasi Ilmu Psikologi dalam Kegiatan Pemasaran. In Yogyakarta: Caps.

Karim, A., Lesmini, L., Sunarta, D. A., Suparman, A., Yunus, A. I., Khasanah, Marlita, D., Saksono, H., Asniar, N., & Andari, T. (2023). Manajemen transportasi (1st ed.). Kota Batam: Penerbit Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.

Suryani & Hendryadi. (2015). Metodiseriset kuantitati fteori dan aplikasi pada penelitian bidang Manajemen dan Ekonomi Islam.J

Tampubolon, L. L. (2021). Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Maxim di Kota Batam. Prodi Manajemen.

Wijaya, E., Gustopo Setiadjit, D., & Budiharti, N. (2021). Penilaian Terhadap Layanan Jasa Transportasi Online di Indonesia Melalui Gap Service Quality dan Dampak pada Kepuasan Konsumen. Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri, 7(1), 19–24.