

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pengguna Transportasi Online Maxim Di Kota Palembang

Imam Muzaki¹, Benny Usman², Erdiansyah³, Dwi Warsari⁴

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Palembang

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Palembang, broperlengkapan@gmail.com

³Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Palembang, erdiansyahhh@gmail.com

⁴Universitas PGRI Palembang, warsaridwi@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap keputusan pengguna transportasi online maxim di Kota Palembang. Populasi penelitian ini adalah seluruh pengguna transportasi online di Kota Palembang yang pernah menggunakan jasa transportasi online maxim. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *non probability sampling* dengan menggunakan metode *accidental sampling* dan kriterianya yaitu pengguna transportasi online yang pernah menggunakan jasa transportasi online maxim di Kota Palembang, jumlah sampel sebanyak 96 responden. Teknik analisis data menggunakan regresi linier sederhana, regresi linier berganda, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi, uji t dan uji f menggunakan program spss versi 22 for windows. Hasil output koefisien korelasi diperoleh nilai korelasi (r) sebesar 0,519 berarti berada pada rentang 0,40 – 0,599. Hal ini menunjukkan bahwa korelasi antara kualitas pelayanan (X1) dan kepercayaan (X2) terhadap keputusan pengguna (Y) adalah sedang. Hasil determinasi diperoleh nilai R Square (R²) sebesar 0,338 atau 33,8%. Artinya kontribusi sumbangan pengaruh variabel kualitas pelayanan (X1) dan kepercayaan (X2) terhadap keputusan pengguna (Y) adalah sebesar 0,338 sisanya (100%-33,8%) 66,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Hasil pengujian F secara simultan atau bersama-sama antara variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Kepercayaan (X2) terhadap Keputusan Pengguna (Y) diperoleh nilai 0,000 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan (X1) dan Kepercayaan (X2) terhadap Keputusan Pengguna (Y) pada jasa transportasi online maxim Kota Palembang.

Kata Kunci : *Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Keputusan Pengguna.*

ABSTRACT

This study aims to test the hypothesis of the effect of service quality and trust on the decisions of users of online maxim transportation in Palembang City. The population of this research is all online transportation users in Palembang City who have used maxim online transportation services. The sampling technique in this study is a non-probability sampling technique using the accidental sampling method and the criteria are online transportation users who have used maxim online transportation services in Palembang City, the number of samples is 96 respondents. The data analysis technique used simple linear regression, multiple linear regression, correlation coefficient analysis, coefficient of determination analysis, t test and f test using the SPSS version 22 program for windows. The results of the output correlation coefficient obtained a correlation value (r) of 0.519 which means it is in the range of 0.40 – 0.599. This shows that the correlation between service quality (X1) and trust (X2) on user decisions (Y) is moderate. The result of determination obtained the value of R Square (R²) of 0.338 or 33.8%. This means that the contribution of service quality variables (X1) and trust (X2) to user decisions (Y) is 0.338, the rest (100%-33.8%) 66.2% is influenced by factors not included in this study. The results of the F test simultaneously or jointly between the variables of Service Quality (X1) and Trust (X2) on User Decisions (Y) obtained a value of 0.000 0.05. So it can be concluded that there is a significant influence between Service Quality (X1) and Trust (X2) on User Decisions (Y) on online transportation services maxim Palembang City.

Keywords: *Service Quality, Trust, User Decision.*



A. PENDAHULUAN

Jasa adalah suatu kegiatan yang diberikan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak memberikan kepemilikan. Salah satu sektor jasa yang paling penting dalam kehidupan sehari-hari yaitu jasa transportasi, terutama di daerah perkotaan. jasa transportasi sangat di butuhkan karena jasa Transportasi merupakan salah satu alat kegiatan di perkotaan. Transportasi juga dapat memberikan kontribusi yang baik bagi perekonomian daerah bahkan negara. Semakin bertambahnya penduduk maka semakin meningkat kebutuhan jasa transportasi, hal ini bisa menyebabkan berkembangnya dunia bisnis di dunia jasa transportasi.

Dari luas yang dimiliki, Kota Palembang secara otomatis harus memiliki sarana transportasi yang lebih baik untuk mendukung migrasi penduduk baik untuk kegiatan ekonomi maupun kegiatan hidup sehari-hari. Lalu lintas di Palembang juga meningkat pesat, sehingga memudahkan warga untuk mengakses berbagai hal di smartphone mereka, seperti saat ini. Dari modernnya dunia pada saat sekarang ini, membuat beberapa perusahaan membuat terobosan baru dalam bidang transportasi dan menciptakan aplikasi jasa transportasi berbasis online salah satunya aplikasi maxim. Aplikasi ini merupakan aplikasi jasa transportasi berbasis online yang di ciptakan dari perusahaan asal Rusia yang berdiri sejak tahun 2003. Maxim beroperasi di lebih dari 600 kota di 16 negara di seluruh dunia dan mulai masuk ke Indonesia pada tahun 2008. Perusahaan ini melayani 16 kota di Indonesia. Sementara di Palembang aplikasi ini hadir setahun setelah perusahaan memenuhi order mereka di Ibu Kota. Aplikasi Maxim ini mengkhususkan diri di bidang order jenis mobil dan motor saja juga menawarkan perjalanan dengan harga yang terjangkau. Di karenakan Masyarakat membutuhkan layanan transportasi yang nyaman dan cepat. kemudian juga dengan harga yang terjangkau, aplikasi maxim pun sangat di minati masyarakat khususnya di Kota Palembang.

Banyaknya minat masyarakat menggunakan jasa transportasi maxim di picu dari penggunaan dan cara aksesnya yang mudah, Mereka tidak lagi harus berjalan kaki untuk sampai ke pangkalan ojek, cukup menunggu layanan transportasi online tiba di tempat mereka berada. Selain banyak minat masyarakat menggunakan aplikasi ini, perusahaan maxim juga banyak menerima kritikan atau komentar dalam menjalankan roda bisnisnya, seperti kualitas pelayanan *driver* serta kepercayaan yang di berikan belum berdampak signifikan dalam perkembangan transportasi online.

Adapun beberapa kendala yang di alami dalam pelayanan maxim, seperti kendala teknis aplikasi, tidak ramahnya *driver* kepada penumpang dan juga *driver* yang terlambat dalam penjemputan di karenakan tidak paham saat membaca *GPS* lokasi penjemputan. Karena hal tersebut, kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan.

Kualitas layanan secara konsisten memenuhi atau melampaui harapan konsumen, Lovelock et al, (Agung Kresnamukti Rivai P, 2019:209). Oleh karena itu, semakin tinggi kualitas layanan, semakin banyak pilihan yang dimiliki pengguna untuk transportasi online.

Selain kualitas pelayanan, Kepercayaan konsumen juga sangat berpengaruh dalam menciptakan kepuasan konsumen. Percaya diri adalah keadaan mental yang didasarkan pada situasi atau situasi sosial seseorang. Ketika seseorang membuat keputusan, mereka akan mendukung keputusan berdasarkan keputusan yang dibuat oleh orang yang dipercaya daripada orang yang tidak dipercaya, Moorman et al, (Florentinus Bigar Anung A, 2015:205). Kepercayaan mendorong orang untuk lebih mudah berkolaborasi, dalam hal ini membangun hubungan antara konsumen dan

produsen.

Kualitas layanan dan pemeliharaan kepercayaan mempengaruhi persepsi konsumen terhadap perusahaan, meningkatkan reputasi perusahaan, meningkatkan reputasi pengguna dan pelanggan, dan memberikan kepercayaan dan komitmen untuk penggunaan jangka panjang.

Keputusan pembelian adalah proses dimana konsumen mengidentifikasi masalah, mencari informasi tentang produk atau merek tertentu, dan mengevaluasi seberapa baik setiap pilihan memecahkan masalah. Hal ini mempengaruhi keputusan pembelian Aptaguna dan Pitaloka (Siti Maesaroh dan Eling Ri Kurniati, 2021).

Selain itu, kualitas survei lebih baik dari survei sebelumnya oleh Siti Maesaroh dan Eling Ri Kurniati (2021) yang berjudul *Quality of Service, Price, and Reliability (Survey Pelanggan Go-Jek Purwokerto)* dalam memutuskan menggunakan jasa transportasi online. Semakin tinggi layanan, harga, dan kepercayaan, semakin banyak keputusan yang akan Anda buat untuk menggunakan layanan pengiriman online. Berdasarkan hasil analisis data dari penelitian-penelitian sebelumnya di atas, terdapat pengaruh positif yang signifikan antara kualitas, harga dan kepercayaan pelayanan ketika memutuskan menggunakan jasa transportasi online Go-Jek di Purwokerto.

B. KAJIAN TEORI

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai pengendalian atas tingkat keunggulan yang diharapkan dan tingkat keunggulan untuk memenuhi tuntutan pelanggan. Mulyawan (2016:48). Kualitas pelayanan dapat dilihat dari persepsi masyarakat yang menerima pelayanan bukan dari sudut pandang pihak penyelenggara atau penyedia layanan. Pelayanan yang berkualitas yaitu: kecocokan untuk pemakaian, sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan dan melakukan segala sesuatu dengan benar.

2. Kepercayaan

Kepercayaan konsumen atau kepercayaan konsumen didefinisikan sebagai serangkaian transaksi atau interaksi yang dicirikan oleh persepsi konsumen tentang keandalan empiris, atau pemenuhan kinerja produk dan harapan kepuasan, Costabile (Meliana dkk, 2013:249).

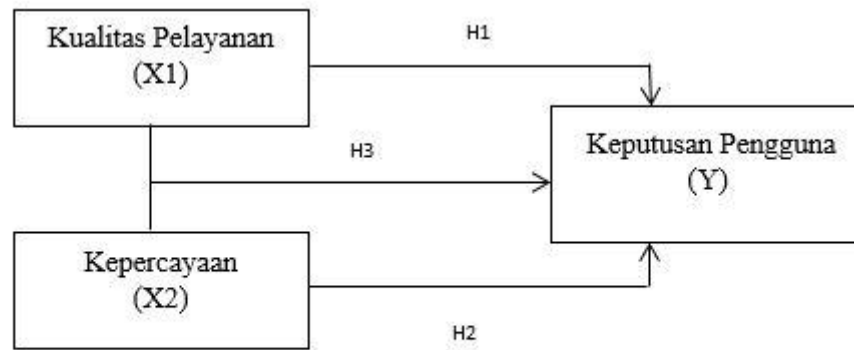
3. Keputusan Pembelian

Keputusan Pembelian adalah suatu tindakan yang dilakukan konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa yang diawali untuk pemenuhan kebutuhan dan diakhiri dengan seleksi atas alternatif – alternatif tentang barang atau jasa yang tersedia, Florentinus & Sumarno, (2015:205).

4. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan Tinjauan Pustaka, teori kualitas pelayanan, kepercayaan, keputusan pengguna dan penelitian terdahulu di atas, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :





Gambar 2.1 Kerangka pemikiran

Hipotesis Penelitian

Dari rumusan masalah dan juga kerangka pemikiran diatas maka peneliti menyimpulkan dugaan sementara dalam penelitian ini yaitu :

- H₁ :Diduga Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pengguna transportasi online maxim
- H₂ :Diduga Kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pengguna transportasi online maxim.
- H₃ : Diduga Kualitas pelayanan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pengguna transportasi online maxim.

C. METODE PENELITIAN

Untuk mencapai kebenaran ilmiah, harus ada metode penelitian untuk tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif. Desain survei ini adalah survei lapangan yang dikelompokkan ke dalam jenis survey dan metodenya menggunakan analisis deskriptif. Kemudian data yang dikumpulkan yaitu melalui pengisian kuisisioner atau angket guna untuk memperoleh data dalam penelitian ini.

Objek pada penelitian ini yaitu masyarakat yang pernah menggunakan aplikasi jasa transportasi online maxim. Kemudian tempat atau lokasi yang dipilih sebagai lapangan penelitian yaitu Kota Palembang.

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya, Sugiyono, (2019:38). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Variabel Independen dan Variabel Dependen.

Adapun populasi Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh pengguna transportasi online di Kota Palembang yang pernah menggunakan aplikasi maxim.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan data primer dan sekunder. Kemudian teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis Uji Asumsi Klasik, Uji Multikolinieritas, Uji Heterokedastisitas, Analisis Regresi Linier Sederhana, Analisis Regresi Linier Berganda, Analisis Koefisien Korelasi, Analisis Koefisien Determinasi, Uji Hipotesis.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1)

Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1)			
Item	Sig.(2-tailed)	A	Keterangan
X1.1	0,000	< 0,05	Valid
X1.2	0,000	< 0,05	Valid
X1.3	0,000	< 0,05	Valid
X1.4	0,000	< 0,05	Valid
X1.5	0,000	< 0,05	Valid
X1.6	0,000	< 0,05	Valid
X1.7	0,000	< 0,05	Valid
X1.8	0,000	< 0,05	Valid
X1.9	0,000	< 0,05	Valid
X1.10	0,000	< 0,05	Valid

Sumber: Data diolah 2022

Dari data hasil perhitungan tabel di atas menunjukkan semua pertanyaan dari item satu sampai sepuluh pada Variabel Kualitas Pelayanan menunjukkan nilai signifikan. (2-tailed) < 0,05 yang berarti seluruh pertanyaan dapat dikatakan valid.

Uji Validitas Kepercayaan (X2)

Hasil Uji Validitas Kepercayaan (X2)			
Item	Sig.(2-tailed)	A	Keterangan
X2.1	0,000	< 0,05	Valid
X2.2	0,000	< 0,05	Valid
X2.3	0,000	< 0,05	Valid
X2.4	0,000	< 0,05	Valid
X2.5	0,000	< 0,05	Valid
X2.6	0,000	< 0,05	Valid
X2.7	0,000	< 0,05	Valid
X2.8	0,000	< 0,05	Valid

Sumber: Data diolah 2022

Dari data hasil perhitungan tabel di atas menunjukkan semua pertanyaan dari item 1 sampai 8 pada variabel Kepercayaan menunjukkan nilai signifikan. (2-tailed) < 0,05 dengan ini berarti seluruh pertanyaan dapat dikatakan valid.

Uji Validitas Semangat Keputusan Pengguna (Y)

Hasil Uji Validitas Keputusan Pengguna (Y)			
Item	Sig.(2-tailed)	A	Keterangan
Y.1	0,000	< 0,05	Valid
Y.2	0,000	< 0,05	Valid
Y.3	0,000	< 0,05	Valid
Y.4	0,000	< 0,05	Valid
Y.5	0,000	< 0,05	Valid
Y.6	0,000	< 0,05	Valid
Y.7	0,000	< 0,05	Valid
Y.8	0,000	< 0,05	Valid
Y.9	0,000	< 0,05	Valid
Y.10	0,000	< 0,05	Valid

Sumber: Data diolah 2022



Dari data hasil perhitungan tabel diatas menunjukkan semua pertanyaan dari item satu sampai sepuluh pada variabel Keputusan Pengguna menunjukkan nilai signifikan. (2-tailed) < 0,05 dengan ini bararti seluruh prtanyaan dapat diktakan valid.

Uji Reliabilitas

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's \geq Alpha (α)		Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,745	0,60	Reliabel
Kepercayaan (X2)	0,743	0,60	Reliabel
Keputusan Pengguna (Y)	0,734	0,60	Reliabel

Sumber : Data diolah 2022

Tabel di atas menjelaskan bahwa nilai *Cronbach Alpha* reliabilitas utuk variebel Kulitias Palayanan (X₁), Kepercayaan (X₂) daan Keputusan Penggguna (Y) memiliki nilai lebih besar daripada nilai *Alpha* sebesar 0,060, sehingga dpat disimpulkan bahwa semua item tarsebut dinyatakan *Relibel* daan layak digunakan pada panelitian salanjutnya.

Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,96254118
Most Extreme Differences	Absolute	,073
	Positive	,067
	Negative	-,073
Test Statistic		,073
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Sumber : Data diolah 2022

Bardasarkan tabel diatas dpat diiketahui bahwa nilai signfikan (AsympSig2-tailed) sebesar 0, 200. Signifikan > 0,05 (0,200>0,05) sehingga menilai residual dikatakan normal.

Uji Multikolinieritas

Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	12,659	4,034		3,138	,002		
X1	,344	,114	,319	3,008	,003	,633	1,579
X2	,414	,133	,330	3,107	,003	,633	1,579

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PENGGUNA

Sumber : Data diolah 2022

Dari tabel diatas dapat dikethui nilai *Tolerance* kadua variebel yaitiu variebel

Kualitas Pelayanan (X_1) dan Kepercayaan (X_2) adalah 0,633 yang berarti $>0,10$ dan nilai VIF adalah $1,579 < 10$. Dapat dikatakan bahwa tidak terjadi multikoloneritas.

Uji Heteroskedastisitas

Hasil Uji Heterokedastisitas Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-3,644	2,542		-1,434	,155
KUALITAS PELAYANAN	,100	,072	,176	1,390	,168
KEPERCAYAAN	,054	,084	,082	,648	,518

a. Dependent Variable: Abs_RES
Sumber : Data diolah 2022

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikan kedua variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dan Kepercayaan (X_2) lebih dari 0,05 yaitu variabel Kualitas Pelayanan (X_1) memiliki nilai 0,168 dan Variabel Kepercayaan (X_2) memiliki nilai 0,518. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Hasil Uji Analisis Regresi Linier Sederhana Kualitas Pelayanan (X_1) Terhadap Keputusan Pengguna (Y) Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	17,195	3,930		4,376	,000
X1	,559	,095	,519	5,881	,000

a. Dependent Variable: Y
Sumber : Data diolah 2022

Tabel di atas menjelaskan bahwa hasil perhitungan regresi linier sederhana dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + bX_1$$

$$Y = 17,195 + 0,559 X_1$$

Berdasarkan model regresi di atas, dapat diartikan bahwa a = angka konstan yang memiliki nilai sebesar 17,195. Angka ini berarti tidak ada kualitas pelayanan (X_1) maka nilai Keputusan Pengguna (Y) nilainya sebesar 17,195. Sedangkan b = angka koefisien regresi yang memiliki nilai 0,559. Angka ini memiliki arti setiap kali tingkat kualitas layanan ditambahkan sebesar 1% (X_1) maka Keputusan Pengguna juga akan meningkat sebesar 0,559. Oleh karena itu, kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan pengguna. dikarenakan nilai koefisien regresi bernilai (+) dengan persamaan regresinya $Y = 17,195 + 0,559 X_1$.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat dikatakan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pengguna (Y)



pada jasa transportasi online maxim Kota Palembang.

**Hasil Uji Analisis Regresi Linier Sederhana Kepercayaan (X2)
Terhadap Keputusan Pengguna (Y)
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	18,970	3,590		5,285	,000
X2	,656	,110	,523	5,945	,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data diolah 2022

Tabel di atas menjelaskan bahwa hasil perhitungan regresi linier sederhana dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + bX_2$$

$$Y = 18,970 + 0,656 X_2$$

Berdasarkan model regresi diatas, dapat diartikan bahwa a = angka konstan yang memiliki nilai sebesar 18,970. Artinya, jika tidak ada angka Kepercayaan (X2) maka nilai kualitas Keputusan Pengguna (Y) nilainya sebesar 18,970. Sedangkan b = angka koefisien regresi yang memiliki nilai 0,656. Angka ini memiliki arti bahwa setiap penambahan 1% tingkat Kepercayaan (X2) maka Keputusan Pengguna juga akan meningkat sebesar 0,656. Dengan demikian, dapat dikatakan Kepercayaan (X2) berpengaruh positif terhadap Keputusan Pengguna dikarenakan nilai koefisien regresi bernilai (+) dengan persamaan regresinya $Y = 18,970 + 0,656 X_1$.

Berdasarkan penjelasan diatas, dari sini dapat dikatakan bahwa variabel Kepercayaan (X2) berpengaruh besar dan positif terhadap Keputusan Pengguna (Y) pada jasa transportasi online maxim Kota Palembang.

Analisis Regresi Linier Berganda

**Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	12,659	4,034		3,138	,002
KUALITAS PELAYANAN	,344	,114	,319	3,008	,003
KEPERCAYAAN	,414	,133	,330	3,107	,003

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PENGGUNA

Sumber : Data diolah 2022

Dari hasil perhitungan regresi berganda diatas, maka persamaan regresi dapat dirumuskan sebagai berikut.

$$Y = 12,659 + 0,344 X_1 + 0,414 X_2$$

1. Nilai 0,344 adalah koefisien regresi untuk Variabel Kualitas Pelayanan (X1), jika pengawasan bertambah satu satuan sedangkan yang lain tetap (*ceteris paribus*)

akan diikuti oleh peningkatan Keputusan Pengguna sebesar 0,344 satu satuan, begitupun sebaliknya.

2. Nilai 0,414 adalah nilai koefisien regresi untuk variabel Kepercayaan (X2), jika pengawasan bertambah satu satuan sedangkan yang lain tetap (*ceteris paribus*) akan diikuti oleh peningkatan Keputusan Pengguna sebesar 0,414 satu satuan, begitupun sebaliknya.

Hal ini menunjukkan dapat dikatakan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan variabel Kepercayaan berpengaruh pada Keputusan Pengguna pada jasa transportasi online maxim Kota Palembang.

Analisis Koefisien Korelasi

Hasil Uji Analisis Koefisien Korelasi

No	Nilai r	Interprestasi
1.	0,00 – 1,199	Sangat rendah
2.	0,20 – 0,399	Rendah
3.	0,40 – 0,599	Sedang
4.	0,60 – 0,799	Kuat
5.	0,80 – 1,000	Sangat kuat

Sumber : Data diolah 2022

Correlations

		Kualitas Pelayanan	Kepercayaan	Keputusan Pengguna
KUALITAS PELAYANAN	Pearson Correlation	1	,606**	,519**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	96	96	96
KEPERCAYAAN	Pearson Correlation	,606**	1	,523**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	96	96	96
KEPUTUSAN PENGGUNA	Pearson Correlation	,519**	,523**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	96	96	96

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Data diolah 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikan $0,00 > 0,05$ dan nilai person corollation Kualitas Pelayanan (X1) 0,519 berarti berada pada Sedang 0,40 – 0,599. Hal ini menunjukkan bahwa derajat hubungan antara variebel kualitas pelayanan (X1) dengan keputusan pengguna (Y) tergolong sedang.

Dan nilai person colleration Kepercayaan (X2) 0,523 berarti berada pada sedang 0,40 – 0,599. Hal ini menunjukkan bahwa derajat hubungan antara variebel Kepercayaan (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) adalah Sedang.



Analisis Koefisien Determinasi

**Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi
Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,581 ^a	,338	,323	2,994

a. Predictors: (Constant), KEPERCAYAAN, KUALITAS PELAYANAN

Sumber : Data diolah 2022

Pada tabel diatas bahwa besarnya R squar adalah 0,338 atau 33,8%. Yang artinya kontibusi sumbangan pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan (X₁) dan Kepercayaan (X₂) terhadap Keputusan Pengguna (Y) adalah sebesar 33,8%, sisanya sebesar (100%-33,8%) = 66,2% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak termasuk di dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

Uji T (Parsial)

Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	12,659	4,034		3,138	,002
KUALITAS PELAYANAN	,344	,114	,319	3,008	,003
KEPERCAYAAN	,414	,133	,330	3,107	,003

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PENGGUNA

Sumber : Data diolah 2022

Tabel di atas menjelaskan bahwa nilai signifikan antara Kualitas Pelayanan (X₁) terhadap Keputusan Pengguna (Y) dan Kepercayaan terhadap keputusan pengguna (Y) sebesar 0,003 artinya nilai ini kurang dri 0, 05 memiliki arti H₀ dtolak dan H_a diterima. Hal tersebut dapat dikatakan ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara Kualitas Pelayanan (X₁) dan Kepercayaan (X₂) terhadap kualitas Keputusan Pengguna (Y).

Uji F (Simultan)

Hasil Pengujian Secara Simultan dengan Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	425,177	2	212,588	23,712	,000 ^b
Residual	833,782	93	8,965		
Total	1258,958	95			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PENGGUNA

b. Predictors: (Constant), KEPERCAYAAN, KUALITAS PELAYANAN

Sumber : Data diolah 2022

Tabel di atas menjelaskan bahwa nilai signifikan antara Kualitas Pelayanan (X_1) dan kepercayaan (X_2) terhadap Keputusan Pengguna (Y) sebesar 0,000 artinya nilai ini kurang dari 0,05 memiliki arti H_0 ditolak dan H_a diterima. Yang kemudian dapat dikatakan bahwa itu memiliki efek yang besar pada saat yang bersamaan. Kualitas Pelayanan (X_1) dan kepercayaan (X_2) terhadap kualitas Keputusan Pengguna (Y).

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Keputusan Pengguna (Y)

Hasil dari (uji t) menunjukkan nilai signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Keputusan Pengguna (Y) sebesar $0,003 < 0,05$. Yang artinya dapat dikatakan signifikan antara Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Keputusan Pengguna (Y). Maka dapat disimpulkan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pengguna pada jasa transportasi online maxim di Kota Palembang.

Berdasarkan penelitian terdahulu, Maesaroh & Kurniawan (2021) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan, harga dan kepercayaan terhadap keputusan penggunaan jasa transportasi online Go-Jek di Purwokerto.

Pengaruh Kepercayaan (X_2) terhadap Keputusan Pengguna (Y)

Hasil dari (uji t) menunjukkan nilai signifikan antara variabel Kepercayaan (X_2) terhadap Keputusan Pengguna (Y) sebesar $0,003 < 0,05$. Yang artinya dapat dikatakan secara parsial ada pengaruh yang signifikan antara Kepercayaan (X_2) terhadap Keputusan Pengguna (Y). Maka dapat disimpulkan Kepercayaan berpengaruh terhadap Keputusan Pengguna pada jasa transportasi online maxim di Kota Palembang.

Berdasarkan Penelitian terdahulu oleh Komala & Selvi (2021) menunjukkan hasil penelitian bahwa kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh parsial dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Dan kepercayaan (X_2) berpengaruh parsial dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) transportasi online.

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) dan Kepercayaan (X_2) secara Simultan terhadap Keputusan Pengguna

Hasil output koefisien korelasi diperoleh nilai korelasi (r) sebesar 0,519 berarti berada di antara 0,40 – 0,599. Hal ini menunjukkan korelasi antara Kualitas Pelayanan (X_1) dan Kepercayaan (X_2) terhadap Keputusan pengguna (Y) Sedang.



Hasil determinasi diperoleh nilai R Square (R^2) sebesar 0,338 atau 33,8%. Artinya kontribusi sumbangan pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dan Kepercayaan (X_2) terhadap Keputusan Pengguna (Y) adalah sebesar 0,338 sisanya ($100\% - 33,8\%$) = 66,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Hasil pengujian F simultan variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dan Kepercayaan (X_2) terhadap Keputusan Pengguna (Y) diperoleh nilai $0,000 < 0,05$. Maka dapat dikatakan hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) di terima. Yang kemudian dapat disimpulkan adanya pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan (X_1) dan Kepercayaan (X_2) terhadap Keputusan Pengguna (Y) pada jasa transportasi online maxim Kota Palembang.

Berdasarkan penelitian terdahulu oleh Prihatini (2019) memiliki hasil penelitian bahwa kepercayaan, kemudahan, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan penggunaan transportasi online pada pengguna Go-Ride dalam aplikasi Go-Jek di Kota Magelang.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Dari hasil (uji t) secara parsial antara variabel kualitas pelayanan (X_1) terhadap Keputusan Pengguna (Y) diperoleh nilai signifikan $0,003 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dengan Keputusan Pengguna pada jasa transportasi online maxim Kota Palembang.
2. berdasarkan hasil (uji t) secara parsial antara variabel Kepercayaan (X_2) terhadap Keputusan Pengguna (Y) diperoleh nilai signifikan $0,003 < 0,05$ dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara Kepercayaan terhadap Keputusan Pengguna pada jasa transportasi online maxim Kota Palembang.
3. Berdasarkan hasil (uji F) secara simultan antara Variabel kualitas pelayanan (X_1) dan Kepercayaan (X_2) terhadap Keputusan Pengguna (Y) dihasilkan nilai signifikannya sebesar 0,000 yang berarti $< 0,05$. Maka dapat disimpulkan secara simultan variabel kualitas pelayanan dan Kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pengguna jasa transportasi online maxim Kota Palembang.

Saran

Adapun saran-saran yang peneliti berikan adalah:

1. Pihak perusahaan maxim diharapkan dapat melakukan peningkatan performa kualitas pelayanan sehingga kebutuhan pengguna jasa transportasi online maxim dapat sesuai dengan harapan yang diinginkan pengguna dan membuat pengguna merasa puas telah menggunakan jasa transportasi online maxim.
2. Pihak perusahaan maxim segera memperbaiki dan meningkatkan kualitas pada aplikasi, seperti meningkatkan atau memperbaiki masalah pada aplikasi yang masih sering mudah terjadi error. sehingga kepercayaan pengguna jasa transportasi online maxim lebih meningkat.
3. Bagi peneliti selanjutnya diusahakan mencari variabel yang lebih banyak sehingga menghasilkan hasil penelitian yang lebih baik.

Daftar Pustaka

- Anung, Florentinus Bigar (2015). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan dan Persepsi akan Resiko terhadap Keputusan Pembelian melalui Situs Jejaring Sosial. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 15(2).
- Komala, Ratna & E. S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online. *Jurnal Manajemen*, 13(3).
- Maesaroh, Siti & E. R. (2018). Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepercayaan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Transportasi Online (Survei pada pelanggan GO-Jek di Purwokerto). *Jurnal Ilmiah Ekonomi*.
- Mulyawan, Rahman. (2016). *Birokrasi dan Pelayanan Publik*.
- Prihatini, Diah Nisa & Hidayati, Luk Luk Atut. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan Transportasi Online (Studi kasus pada pengguna GO-Ride dalam aplikasi GO-Jek di Kota Magelang).
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung.
- Wulandari & Prihatini. (2018). Pengaruh Tarif dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Go-Ride (Studi kasus pada pengguna Go-Ride di Kota Tangerang Selatan).

