

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Transportasi merupakan sarana perkembangan yang penting dalam memperlancar roda perekonomian dan mempengaruhi semua aspek kehidupan. Transportasi dapat membantu perekonomian yang baik di suatu daerah bahkan di suatu negara. Semakin baik dan tertatanya transportasi di suatu daerah akan semakin baik pula perekonomiannya. Dengan adanya pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat kebutuhan akan jasa transportasi akan semakin meningkat pula, hal ini yang menyebabkan semakin berkembangnya dunia bisnis di sektor jasa transportasi.

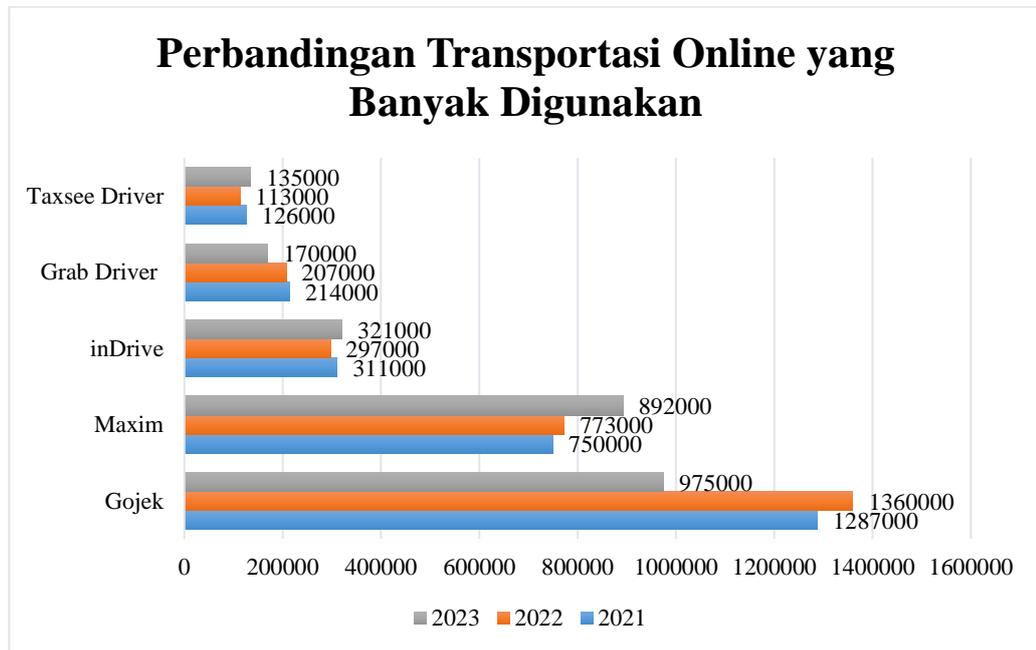
Pertumbuhan transportasi umum meliputi bisnis skala besar seperti taxi, bus dan lain-lain sampai dengan bisnis skala kecil seperti ojek konvensional sudah semakin menjamur, namun dirasa kurang memenuhi keinginan para pengguna. Banyak keluhan tentang transportasi umum seperti pelayanan yang kurang memuaskan, fasilitas tidak mendukung, tidak efektif untuk beraktifitas dan masih banyak lagi. Untuk itu perlu adanya penyedia jasa yang memberikan pelayanan yang lebih baik dan inovatif. Pembaharuan tersebut bukan hanya penciptaan sesuatu baru, tetapi juga merupakan produk aktual atau *outcome*. Bagi suatu jasa, *outcome* bukan merupakan suatu hasil *output*, melainkan modifikasi dari pelayanan yang sudah ada (Tjiptono, 2015).

Transportasi ojek *online* merupakan angkutan umum yang sedang banyak diminati masyarakat, sama dengan ojek pada umumnya ojek *online*

menggunakan sepeda motor sebagai sarana pengangkutan. Ojek *online* kini banyak diminati karena berkembang dengan kemajuan teknologi. Ojek *online* merupakan ojek sepeda motor yang dapat dipesan menggunakan teknologi internet dengan memanfaatkan aplikasi pada telepon genggam. Hal ini dapat memudahkan pengguna jasa untuk memanggil pengemudi ojek *online*.

Fenomena umum yang ada menunjukkan bahwa belakangan ini sedang digencarkan dengan munculnya jasa transportasi *online* pendatang baru yaitu Maxim. Maxim merupakan jasa transportasi *online* yang didirikan oleh Maxim Azibarov pada tahun 2003 di Kota Chardinsk, Pegunungan Ural Rusia. Transportasi *online* Maxim baru hadir di Indonesia pada tahun 2018 dan mulai beroperasi di Madiun pada tahun 2020. Maxim memiliki beberapa layanan seperti Maxim *bike*, Maxim *car*, Maxim *food & shop*, Maxim *delivery*, Maxim *cargo*, dan Maxim *life*. Kehadiran Maxim membuat persaingan antar perusahaan transportasi *online* semakin ketat. Jasa transportasi *online* Maxim ini dapat diterima baik oleh masyarakat, karena harganya terjangkau dan lebih murah sehingga pengguna jasa transportasi *online* Maxim mengalami peningkatan (taximaxim.com).

Walaupun jumlah pengguna jasa transportasi *online* Maxim setiap tahunnya meningkat serta menawarkan harga terjangkau dan lebih murah, akan tetapi pengguna jasa transportasi *online* Maxim masih sedikit dibandingkan dengan Grab dan Gojek. Hal ini dapat dilihat melalui hasil survei *Institute for Development of Economics and Finance* (INDEF) pada Agustus - September 2022.



Gambar 1. 1 Perbandingan Transportasi Online yang Banyak Digunakan

Sumber: Databoks (2024)

Menurut laporan *The State of Mobile 2024 Report* yang diterbitkan Data.ai menunjukkan sedikitnya ada tiga aplikasi transportasi *online* yang paling laris diunduh (*download*) di Indonesia sepanjang 2021-2023. Berdasarkan artikel tersebut, aplikasi transportasi *online* Maxim berada di urutan kedua dengan rata-rata unduhan per bulan mencapai 892 ribu pada 2023. Angka ini naik 15,39% dari tahun 2022 yang sebesar 773 ribu unduhan per bulan. Sedangkan pada tahun 2021 rata rata unduhan aplikasi transportasi *online* Maxim yakni 763 ribu, yang kemudian mengalami kenaikan sebesar 2,97% padatahun 2022 atau sebesar 773 ribu.

Maxim sebagai aplikasi pemesanan transportasi digital, dengan status terbilang “lebih muda” dibandingkan para pendahulunya yaitu Gojek dan Grab, tetapi berhasil merajai peringkat tersebut sebagai raja kedua. Tercatat bahwa

Maxim berhasil melandai di Indonesia pada 2018 sedangkan Grab terhitung telah hadir di tengah masyarakat tepatnya empat tahun sebelum kehadiran Maxim.

Selang periode yang terbilang jauh berhasil dilewatinya dengan laju pemasaran aplikasinya kepada masyarakat. Pasalnya, Maxim berhasil membuktikan status pemeringkatannya juga dengan laju peningkatan unduhan per tahunnya, berbanding terbalik dengan Gojek sebagai peringkat pertama dalam kedudukan tersebut.

Keputusan menggunakan layanan transformasi merupakan proses dimana konsumen memilih dan mengevaluasi produk atau jasa layanan transformasi. Sering kali konsumen mempertimbangkan berbagai hal yang sesuai dengan kebutuhannya. Menurut Loudon dan Bitta (dalam Firmansyah, 2020), mengemukakan pendapat yakni keputusan konsumen untuk menggunakan layanan transformasi dapat diartikan sebagai keputusan penggunaan layanan transformasi serta layanan apa yang akan digunakan, kapan akan menggunakan, banyaknya jumlah yang akan digunakan dan bagaimana penggunaan layanan akan dilakukan.

Proses keputusan menggunakan layanan transportasi tidak hanya untuk melihat beberapa faktor yang dapat memicu pelanggan. Namun, sesuai fungsi dalam melakukan penggunaan atas layanan untuk mencukupi kebutuhan dan apa yang diinginkan pengguna. Proses keputusan menggunakan layanan transportasi merupakan pemecahan masalah dalam rangka memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen.

Fokus dalam penelitian ini yaitu di Kota Madiun. Dari observasi awal yang dilakukan dapat diketahui bahwa jumlah pengguna Maxim terus mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Berikut data pengguna jasa transportasi *online* Maxim dari Desember 2020 - Januari 2023 di Kota Madiun.



Gambar 1. 2 Jumlah Pengguna Layanan Transportasi Maxim

Sumber : *Surya.co.id* (2021)

Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa pengguna jasa transportasi *online* Maxim di Kota Madiun mengalami peningkatan yang cukup signifikan mulai tahun 2020-2023. Hal ini dikarenakan jasa transportasi *online* Maxim di Kota Madiun memiliki harga yang relatif murah jika dibandingkan kompetitornya, dimana tarif untuk maxim *bike* sendiri mulai dari 8000 rupiah untuk 3,05 KM pertama, dan tarif berikutnya 21000 rupiah. Sementara untuk tarif Maxim *car* sendiri adalah 5000 rupiah untuk 0,2 km perjalanan dan tarif selanjutnya adalah 3900/km. Selain itu kamu juga bisa menggunakan maxim *car* antar kota mulai dari 6000/km rupiah dan biaya sekali jalan 4000 rupiah/km. Pada jasa transportasi *online* Maxim di Kota Madiun juga Banyaknya promo-promo yang diberikan oleh Maxim yang mana untuk menggerus pasar transportasi ojol dan bisa menjadwalkan keberangkatan dengan menggunakan

fitur reservasi serta Maxim juga banyak memberikan penawaran yang tidak bisa transportasi *online* lain berikan.

Harga merupakan salah satu bagian yang sangat penting dalam pemasaran suatu produk karena harga adalah satu dari empat bauran pemasaran. Harga juga salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa. Menetapkan harga terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan menurun, namun jika harga terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh organisasi perusahaan

Menurut Kotler & Amstrong (2018), harga merupakan jumlah nilai yang dibebankan atas suatu produk atau jasa. Lebih jauh, harga adalah jumlah nilai yang diberikan oleh konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Namun harga dalam sudut pandang pedagang memiliki definisi sendiri yaitu harga adalah satuan moneter yang dapat ditukarkan agar mendapatkan hak kepemilikan suatu produk.

Fenomena yang ada menunjukkan bahwa perusahaan Maxim menawarkan harga terjangkau dan lebih murah. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil perbandingan harga yang dilihat dari aplikasi Grab, Gojek dan Maxim dan didukung oleh hasil pra survei yang menyatakan bahwa harga yang ditawarkan perusahaan Maxim terjangkau dan lebih murah dibandingkan Grab dan Gojek.

Berikut tabel perbandingan harga Grab, Gojek, Maxim, Indrive dan Taxsee Driver sesuai aplikasi dengan lokasi penjemputan, lokasi tujuan, dan jenis layanan yang sama:

Tabel 1. 1 Perbandingan Harga Ojek Online

Nama Jasa Transportasi <i>Online</i>	Harga
Grab	Rp 12.000
Gojek	Rp 12.000
Maxim	Rp 8.900
InDrive	Rp 11.000
Taxsee Driver	Rp 8.000

Sumber: Hasil Observasi Awal (2024)

Tabel 1. 1 Perbandingan Harga Grab, Gojek, Maxim, Indrive Dan Taxsee Driver Sesuai Aplikasi Dengan Lokasi Penjemputan, Lokasi Tujuan, Dan Jenis Layanan Yang Sama

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan perbandingan harga transportasi *online* Grab, Gojek, InDrive, Texsee Driver dan Maxim dengan lokasi penjemputan, lokasi tujuan, dan jenis layanan yang digunakan sama, yaitu bike. Akan tetapi, harga yang ditawarkan perusahaan Maxim lebih murah dibandingkan dengan Grab, Gojek, InDrive dan Texsee Driver.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Pratama, (2023) yang menjelaskan bahwa harga berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan layanan transportasi *online* (Studi pada Maxim). Penelitian yang dilakukan oleh Agustin, (2023) juga menjelaskan bahwa harga berpengaruh positif terhadap keputusan pengguna Jasa Transportasi *Online* Maxim pada Mahasiswa Cirebon. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Mulyadi, (2022) yang menjelaskan

bahwa harga berpengaruh *negative* terhadap Keputusan Pembelian Lapis Talas Kujang Bogor Untuk Keperluan Usaha Waralaba.

Indikasi selanjutnya yang dapat mempengaruhi keputusan menggunakan Layanan Transportasi *Online* Maxim di Kota Madiun yaitu kemudahan. Kemudahan yang dimaksud yaitu kemudahan dalam menggunakan aplikasi serta dalam melakukan pembayaran. Jika pengguna merasa bahwa aplikasi tersebut mudah digunakan, maka pengguna akan tertarik menggunakannya. Sebaliknya, jika pengguna merasa bahwa aplikasi tersebut sulit digunakan, maka pengguna tidak tertarik menggunakannya.

Kemudahan dalam penggunaan adalah salah satu hal yang menjadi pertimbangan bagi pembeli. Dari definisi di atas kemudahan merupakan seberapa besar teknologi informasi yang dirasakan relatif mudah untuk dipahami dan digunakan. Faktor kemudahan ini berkaitan dengan bagaimana operasional bertransaksi. Pada saat pertama kali bertransaksi biasanya pembeli mengalami kesulitan, karena faktor keamanan maupun kenyamanan pembeli akan cenderung mengurungkan niatnya untuk berbelanja. Di situ juga ada beberapa pembeli yang berinisiatif untuk mencoba karena mereka telah mendapatkan informasi. Menurut Isnawati, (2020) mendefinisikan Kemudahan transaksi *online* merupakan proses pemesanan yang mudah, proses pembayaran yang beragam dan mudah diselesaikan, proses pembelian yang menguntungkan dan nyaman, dan proses pengiriman barang yang cepat dan akurat.

Fenomena yang ada menunjukkan bahwa menurut hasil *review* atau ulasan para pengguna yang terdapat pada aplikasi Maxim di playstore dan

didukung oleh hasil pra survei menyatakan bahwa aplikasi Maxim sulit digunakan karena alamat yang tertera pada maps kurang lengkap, sehingga para pengguna merasa kesulitan dalam menentukan lokasi penjemputan dan lokasi tujuan.

Hasil *review* atau ulasan para pengguna jasa transportasi *online* Maxim yang memberikan penilaian bahwa walaupun harga yang ditawarkan perusahaan Maxim terjangkau dan murah, tetapi aplikasi Maxim sulit digunakan dalam menentukan lokasi penjemputan dan lokasi tujuan dan bahkan ada pengguna yang mencari alamat pada aplikasi Maxim secara manual.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Pratama, (2023) yang menjelaskan bahwa Kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan layanan transportasi *online* (Studi pada Maxim). Penelitian yang dilakukan oleh Agustin, (2023) juga menjelaskan bahwa kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan pengguna Jasa Transportasi *Online* Maxim pada Mahasiswa Febi Iain Syekh Nurjati Cirebon. Penelitian yang dilakukan oleh Assiddiq, (2021) juga menjelaskan bahwa kemudahan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan oleh Prastowo *et al.*, (2023) juga menjelaskan bahwa kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada *Marketplace* Lazada. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Rumagit *et al.*, (2022) yang menjelaskan bahwa kemudahan berpengaruh *negative* terhadap keputusan pembelian menggunakan layanan *go-food* di Kota Manado.

Indikasi selanjutnya yang mempengaruhi keputusan menggunakan Layanan Transportasi *Online Maxim* di Kota Madiun yaitu kualitas pelayanan. Perusahaan yang mendapatkan reputasi *brand* yang baik dimata konsumen adalah perusahaan yang berhasil memasarkan produk/jasa kepada konsumen dengan pelayanan yang baik. Pelayanan yang dimaksud termasuk pelayanan sewaktu menawarkan produk/jasa, pelayanan ketika memberikan jasa, pelayanan atas resiko yang terjadi saat memberikan jasa dan pelayanan lain sebagainya (Assauri, 2018). Keharusan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan agar tetap bertahan dan selalu mendapatkan kepercayaan dari pelanggan yaitu kualitas pelayanan perusahaan. Perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang berkualitas dan sesuai yang diharapkan pelanggan. Apabila pelayanan yang diterima pelanggan sudah sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan maka hal tersebut menunjukkan kualitas pelayanannya sudah baik.

Begitu halnya pada Layanan Transportasi *Online Maxim*, kualitas pelayanan merupakan salah satu yang menjadi pertimbangan konsumen dalam menggunakan Layanan Transportasi *Online Maxim*. Fenomena yang ada menunjukkan bahwa berdasarkan hasil *review* atau ulasan para pengguna yang terdapat pada aplikasi *Maxim* di playstore dan didukung oleh hasil pra survei menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan *driver Maxim* masih kurang baik dan kurang memuaskan.

Hasil *review* atau ulasan para pengguna jasa transportasi *online Maxim* yang memberikan penilaian bahwa kualitas pelayanan yang diberikan *driver Maxim* masih kurang baik dan kurang memuaskan, karena *driver Maxim*

melakukan penjemputan penumpang/ mengantarkan pesanan makanan tidak sesuai dengan waktu yang telah dijanjikan pada aplikasi dan *driver* Maxim melakukan konfirmasi atau merespon orderan cukup lama. Akan tetapi cukup banyak juga konsumen yang merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak *driver* Maxim.

Adapun layanan transportasi *online* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. 2 Layanan Transportasi Online

Layanan	Gojek	Grab	Maxim	InDrive	Taxsee Driver
Antar	Go Car	Grab Car	Maxim Car	InDrive Car	Bike
	Go Ride	Grab Bike	Maxim Ride	InDrive Bike	Car
	Go Bluebird	Grab Taxi	Maxim Taxi	Antar Kota	-
Makanan dan Belanja	Go Food	Grab Food	Maxim Food	-	Food & Shop
	Go Shop	Grab Shop	Maxim Shop	-	Food & Goods
	Go Mart	Grab Mart	-	-	-
Pengiriman	Go Box	-	-	InDrive Kurir	Delivery
	Go Send	Grab Send	Maxim Delivery	InDrive Layanan	Car Delivery
Tarif Layanan	Rp 12.000/ 4 km pertama	Rp 11.000/ 4 km pertama	Rp 8.900/ 3 km pertama	Rp 11.000/ 4 km pertama	Rp 8.000/ 3,5 km pertama

Sumber: Aplikasi Gojek, Aplikasi Grab, Aplikasi Maxim, Aplikasi InDrive, dan Aplikasi Taxsee Driver

Layaknya layanan transportasi *online* lainnya, Maxim juga menawarkan layanan dengan berbagai macam pilihan. Yang hampir menyerupai kompetitornya Gojek Grab, InDrive dan Taxsee Driver dengan ini Maxim berharap bisa menjadi layanan transportasi *online* yang mulai dipertimbangkan oleh masyarakat Kota Madiun selain itu Maxim juga berharap dapat menarik minat masyarakat untuk menggunakannya. Gojek dan Grab memang sudah menjadi layanan transportasi *online* yang banyak diminati oleh masyarakat

Indonesia, namun dengan keberadaan Maxim di Kota Madiun perlu menjadi pertimbangan masyarakat, dalam menentukan sebuah pilihan, karena layanan transportasi *online* antara Gojek, Grab, dan juga Maxim tidak jauh berbeda, seperti tabel layanan fitur di atas.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Agustin, (2023) yang menjelaskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pengguna Jasa Transportasi *Online* Maxim pada Mahasiswa Febi Iain Syekh Nurjati Cirebon. Penelitian yang dilakukan oleh Prastowo *et al.*, (2023) juga menjelaskan bahwa pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada *Marketplace* Lazada. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Nadhifah, (2021) yang menjelaskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh negatif terhadap Keputusan pembelian konsumen PT Citra Kreasi Makmur Kediri.

Indikasi selanjutnya yang mempengaruhi keputusan menggunakan Layanan Transportasi *Online* Maxim di Kota Madiun adalah *E-Wom*. Berkembangnya teknologi yang semakin pesat termasuk internet membuat perubahan pada bentuk komunikasi *word of mouth*. Saat ini sebelum melakukan pembelian, konsumen akan melakukan pencarian informasi mengenai produk. *Electronic word of mouth* muncul sebagai dampak teknologi untuk menyesuaikan dengan *trend* saat ini. Adriyati & Indriani, (2017) menjelaskan bahwa *word of mouth* telah mengalami perubahan paradigma. Dahulu, komunikasi *word of mouth* dilakukan secara tatap muka dengan orang yang telah dikenal, namun sekarang *word of mouth* dapat dilakukan dalam dunia maya

dengan cakupan lebih luas, yaitu dalam hitungan detik apa yang kita *share* mampu dibaca orang lain. Pergeseran paradigma inilah *word of mouth* melalui media internet disebut *electronic word of mouth*.

Menurut Litvin *et al.*, (2017) *E-Wom* adalah bentuk dari komunikasi non formal yang diarahkan pada konsumen melalui sebuah teknologi berbasis internet terkait dengan karakteristik atau penggunaan barang dan jasa tertentu. Dengan adanya komunikasi sosial secara *online* ini akan secara otomatis bisa membantu konsumen berbagi pengalaman tentang produk atau jasa yang mereka peroleh dalam melakukan proses pembelian.

Electronic Word of mouth adalah ulasan berupa situs *website* yang diidentifikasi sebagai sumber informasi kedua yang paling sering digunakan untuk merekomendasikan produk dan jasa. Oleh karena itu, penyedia layanan mulai memanfaatkan *online* ulasan konsumen juga dikenal sebagai elektronik dari mulut ke mulut (*E-Wom*), sebagai alat pemasaran dengan mengajak konsumen untuk memposting pengalaman pribadinya kepada orang lain (Yang *et al.*, 2018).

Fenomena yang ada menunjukkan bahwa Adapun *E-WOM* terkait aplikasi transportasi *online* Maxim yaitu dapat dilihat dari *review* yang diberikan oleh para pengguna. Adanya *review* yang diberikan tersebut mampu memberikan keyakinan kepada masyarakat dalam menggunakan layanan transportasi *online* maxim.

Penelitian yang dilakukan oleh Prastowo *et al.*, (2023) menjelaskan bahwa *E-Wom* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada

Marketplace Lazada. Penelitian yang dilakukan oleh Fitriyani, (2023) juga menjelaskan bahwa *E-Wom* memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian di Perusahaan Investasi. Penelitian yang dilakukan oleh Badriah & Purnama, (2022) juga menjelaskan bahwa *E-WOM* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian layanan *Streaming* Netflix. Sedangkan penelitian yang dilakukan Prastyo *et al.*, (2018) yang menjelaskan bahwa *E-Wom* berpengaruh *negative* terhadap keputusan pembelian pada *online shop*.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul **“Pengaruh Harga, Kemudahan, Kualitas Pelayanan, dan *E-Wom* terhadap Keputusan Menggunakan Layanan Transportasi *Online Maxim* di Kota Madiun”**.

B. Batasan Masalah

Batasan masalah adalah ruang lingkup masalah atau upaya membatasi ruang lingkup masalah yang terlalu luas atau lebar sehingga penelitian itu lebih bisa fokus untuk dilakukan. Adapun penelitian ini memiliki batasan sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada Masyarakat yang menggunakan Layanan Transportasi *Online Maxim* di Kota Madiun.
2. Penelitian hanya fokus pada pengguna Layanan Maxim di Kota Madiun.
3. Penelitian ini hanya membahas mengenai variabel Harga, Kemudahan, Kualitas Pelayanan, dan *E-Wom* sebagai variabel bebas dan Keputusan Menggunakan Layanan Transportasi *Online* sebagai variabel terikat.

4. Hanya untuk melihat pengaruh harga, kemudahan, kualitas pelayanan, dan *E-Wom* terhadap keputusan menggunakan layanan Transportasi *Online Maxim* di Kota Madiun.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan menggunakan layanan transportasi *online Maxim* di Kota Madiun?
2. Apakah kemudahan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan layanan transportasi *online Maxim* di Kota Madiun?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan layanan transportasi *online Maxim* di Kota Madiun?
4. Apakah *E-Wom* berpengaruh terhadap keputusan menggunakan layanan transportasi *online Maxim* di Kota Madiun?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari adanya penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan menggunakan layanan transportasi *online Maxim* di Kota Madiun.
2. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan terhadap keputusan menggunakan layanan transportasi *online Maxim* di Kota Madiun.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menggunakan layanan transportasi *online Maxim* di Kota Madiun.

4. Untuk mengetahui pengaruh *E-Wom* terhadap keputusan menggunakan layanan transportasi *online* Maxim di Kota Madiun.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

1. Bagi Pihak Transportasi *Online* Maxim

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu rujukan dalam pemecahan masalah yang berkaitan dengan layanan yang diberikan.

2. Bagi Pembaca

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti lain dalam melakukan penelitian di masa yang akan datang yang berkaitan dengan pengaruh harga, kemudahan, kualitas pelayanan, dan *E-Wom* terhadap keputusan menggunakan Layanan Transportasi *Online* Maxim di Kota Madiun.

3. Bagi Peneliti

Sebagai proses dalam pembelajaran dan sarana dalam mempraktekkan teori maupun metode-metode yang dipelajari di bangku perkuliahan dalam mengatasi permasalahan yang ada di dunia nyata terutama berkaitan dengan pemasaran.

4. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber referensi dan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan penelitian dan dapat digunakan sebagai acuan penelitian selanjutnya terutama yang berkaitan tentang pengaruh harga, kemudahan, kualitas pelayanan, dan *E-Wom*

terhadap keputusan menggunakan Layanan Transportasi *Online Maxim* di Kota Madiun.

5. Bagi Pihak Lain

Diharapkan penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan, khususnya dalam pemasaran, serta dapat untuk mengkaji permasalahan yang terkait dengan penelitian ini yaitu mengenai pengaruh harga, kemudahan, kualitas pelayanan, dan *E-Wom* terhadap keputusan menggunakan Layanan Transportasi *Online Maxim* di Kota Madiun.