



## Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Maxim Menggunakan Metode *E-Servqual* dan *Importance Performance Analysis* (IPA)

Deicu Rahayu, Siti Sarah

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Indonesia Membangun

[deicurahayu@student.inaba.ac.id](mailto:deicurahayu@student.inaba.ac.id), [siti.sarah@inaba.ac.id](mailto:siti.sarah@inaba.ac.id)

### Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan fundamental pada pola mobilitas masyarakat, khususnya melalui kehadiran layanan transportasi daring yang semakin terintegrasi dalam aktivitas sehari-hari. Di Indonesia, tingkat penggunaan layanan transportasi digital telah mencapai 66,7% pada akhir tahun 2024. Namun demikian, tingginya penetrasi pasar tidak secara otomatis menjamin kepuasan pelanggan bagi setiap penyedia layanan. Maxim sebagai salah satu platform transportasi daring masih menghadapi tantangan dalam menjaga kualitas layanan dan memenuhi ekspektasi pengguna di tengah persaingan industri yang kompetitif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas layanan aplikasi Maxim berdasarkan kerangka *E-Service Quality* (*E-Servqual*) yang mencakup dimensi *efficiency*, *fulfillment*, *system availability*, *privacy*, *responsiveness*, *compensation*, dan *contact*. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif verifikatif dengan teknik *purposive sampling* terhadap 100 responden pengguna aktif aplikasi Maxim. Data dikumpulkan melalui kuesioner skala Likert dan dianalisis menggunakan uji validitas serta reliabilitas, *Gap Analysis* untuk mengidentifikasi kesenjangan antara persepsi dan harapan pelanggan, serta *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk menentukan prioritas strategis perbaikan layanan. Hasil penelitian menunjukkan seluruh atribut memiliki nilai *gap* negatif dengan tingkat kesesuaian (TKi) rata-rata sebesar 94,65%, yang menandakan bahwa kinerja layanan belum sepenuhnya memenuhi harapan pelanggan. Atribut *compensation* (COM1, COM2) dan *contact* (CON2) berada pada Kuadran I diagram kartesius, sehingga memerlukan perhatian dan perbaikan segera guna meningkatkan kepuasan pelanggan serta memperkuat posisi kompetitif perusahaan.

Kata kunci: *E-Servqual*, Kepuasan Pelanggan, *Importance Performance Analysis*

### 1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah memberikan perubahan besar pada sejumlah sektor kehidupan, termasuk aktivitas masyarakat dan dunia usaha. Kemajuan teknologi membuat berbagai proses menjadi lebih cepat, efisien, dan mudah diakses, sehingga berperan penting dalam kegiatan bisnis maupun interaksi sosial [1]. Pertumbuhan industri jasa pada era digital juga berlangsung sangat cepat, termasuk di dalamnya layanan transportasi online yang mengalami peningkatan pesat dalam beberapa tahun terakhir [2]. Layanan ini merupakan bagian penting dari kehidupan masyarakat modern karena menawarkan kemudahan. Selain mengangkut penumpang, transportasi daring juga membantu masyarakat dalam layanan pengiriman barang maupun makanan [3].

Berdasarkan laporan We Are Social mengenai *Digital 2025 Global Statshot*, sebanyak 66,7% pengguna internet di Indonesia rutin menggunakan layanan transportasi online pada kuartal IV tahun 2024 [4]. Data tersebut mengindikasikan jika Indonesia adalah salah satu pasar transportasi digital yang paling besar di dunia. Salah satu penyedia layanan transportasi yang berkembang pesat adalah Maxim, yang dikenal dengan tarif kompetitif dan kemudahan akses. Untuk melihat posisinya di industri transportasi daring, perbandingan rating aplikasi ditampilkan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Rating Aplikasi Transportasi Online di Google Play Store

No	Aplikasi	Penilaian Rating
1	Grab	4,9 (15 juta ulasan)
2	inDrive	4,8 (12 juta ulasan)
3	Maxim	4,8 (6 juta ulasan)
4	Gojek	4,7 (6 juta ulasan)

Sumber : Data diolah Peneliti., 2025

Tabel 1 menunjukkan bahwa hingga tahun 2025 Grab masih menempati posisi teratas sebagai aplikasi transportasi online dengan tingkat kepercayaan dan kepuasan pelanggan tertinggi. Posisi ini menunjukkan keberhasilan Grab dalam mempertahankan kualitas layanan serta loyalitas pelanggan di tengah persaingan ketat industri transportasi daring. Sementara itu, Maxim berada pada posisi ketiga dengan rating 4,8 setara dengan inDrive, namun jumlah ulasan yang diterima masih lebih sedikit. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa meskipun persepsi pelanggan terhadap layanan Maxim tergolong baik, tingkat jangkauan dan popularitasnya belum sekuat pesaing utama.

Temuan ini mendorong peneliti untuk menelusuri lebih lanjut faktor-faktor yang memberikan pengaruh pada kepuasan konsumen Maxim. Hal ini penting karena kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan individu sesudah membandingkan kinerja produk atau jasa yang diterima dengan harapannya [5]. Untuk memperjelas identifikasi masalah, peneliti melakukan observasi terhadap ulasan pelanggan Maxim di Google Play Store yang disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Keluhan Pelanggan Maxim di Google Play Store

Dimensi	Keluhan Pelanggan
Efficiency	Tidak bisa pesan
	Tampilan UI tidak menarik
	Titik lokasi / Maps bermasalah
Fulfillment	Bonus / promosi tidak sesuai
	Saldo Kaspro delay / masalah saldo
	Harga berbeda antara driver dan pelanggan
System Availability	Tidak bisa login / error
Responsiveness	Driver menolak pesanan / datang lama
	Layanan lambat / pengaduan sulit
Contact	Driver tidak ramah / tidak sopan

Sumber : Data diolah Peneliti., 2025

Tabel 2 adalah hasil observasi yang menunjukkan bahwa keluhan pelanggan Maxim banyak berkaitan dengan dimensi *Fulfillment* dan *System Availability*, seperti keterlambatan saldo Kaspro dan kesulitan *login*. Masalah pada *Efficiency*, *Responsiveness*, dan *Contact* juga menandakan perlunya peningkatan kemudahan aplikasi dan pelayanan.

Kualitas layanan merujuk pada keunggulan yang diinginkan serta kemampuan penyedia jasa dalam mengendalikan keunggulan tersebut agar sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pelanggan [6]. Dalam konteks layanan digital, pengukuran kualitas layanan tidak hanya mencakup aspek teknis, tetapi juga kemudahan penggunaan, keandalan sistem, serta responsivitas. Model *E-Servqual* dianggap relevan untuk menilai kualitas layanan digital karena mengukur sejauh mana platform mampu memfasilitasi pelanggan secara efektif dan efisien. *E-Servqual* terdiri dari dua komponen utama: *e-core service quality* (efficiency, fulfillment, system availability, privacy) dan *e-recovery service quality* (responsiveness, compensation, contact) [7].

Penelitian terdahulu [8] menggunakan metode *Servqual* dalam menilai kualitas layanan Maxim, namun pendekatan tersebut masih berfokus pada layanan konvensional. Berbeda dengan penelitian ini yang mengadaptasi model *E-Servqual* karena dianggap lebih relevan dalam konteks digital. Pengukuran *E-Service Quality* penting dilakukan seiring pergeseran perilaku konsumen ke arah layanan berbasis digital [9].

## 2. Metode Penelitian

Studi ini memakai metode kuantitatif dengan pendekatan verifikatif yang difokuskan pada pengukuran tingkat kesesuaian antara harapan konsumen dengan kinerja layanan. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner daring menggunakan skala Likert. Populasi didefinisikan sebagai sekumpulan orang atau objek yang mempunyai karakteristik tertentu dan ditetapkan oleh peneliti sebagai dasar dalam memperoleh kesimpulan penelitian [10]. Populasi pada studi yang dilaksanakan yaitu pelanggan aplikasi Maxim yang mengunduh melalui Google Play Store sebanyak 100.000.000 pengguna. Jumlah sampel ditentukan dengan menerapkan rumus Slovin [11].

$$n = \frac{N}{1 + Ne} \quad (1)$$

Pada ketentuan tingkat kesalahan (margin of error) senilai 10%, ukuran sampel yang diperlukan yaitu:

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i1.6114>  
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

$$n = \frac{100.000.000}{1 + 100.000.000 (0,1)^2} = 99,99 \approx 100$$

Berdasarkan hasil pengkalkulasian tersebut, jumlah responden yang dibutuhkan pada studi yang dilaksanakan yaitu 100 individu. Teknik sampling yang diterapkan merupakan *Non-Probability Sampling* dengan metode *Purposive Sampling*, sebab peneliti membutuhkan responden yang sesuai terhadap suatu kriteria agar data yang diperoleh relevan terhadap tujuan studi. Kriteria responden meliputi: berusia minimal 17 tahun dan pernah menggunakan layanan Maxim.

Analisis data dilakukan melalui tiga tahapan. Tahap pertama yaitu uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan bahwa instrumen penelitian telah memenuhi syarat kelayakan. Tahap kedua adalah penerapan metode *E-Servqual* guna melakukan pengukuran kesenjangan antara harapan dan kinerja layanan yang dirasakan pelanggan Maxim. Tahap ketiga dilakukan dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA), yang digunakan untuk memetakan prioritas perbaikan berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerja, sehingga dapat diidentifikasi dimensi layanan yang memerlukan peningkatan untuk mendorong kepuasan pelanggan.

### 3. Hasil dan Diskusi

#### Hasil

##### 3.1. Hasil Analisis Verifikatif

###### 3.1.1 Uji Validitas

Tabel 3 Uji Validitas Item Kinerja

Variabel	Indikator	Nilai <i>rhitung</i>	Nilai <i>rtabel</i>	Kesimpulan
Efficiency	EFF1	0.721	0,195	Valid
	EFF2	0.741		
	EFF3	0.679		
Fulfillment	FUL1	0.721	0,195	Valid
	FUL2	0.773		
	FUL3	0.627		
System Availability	SYS1	0.719	0,195	Valid
	SYS2	0.716		
	SYS3	0.737		
Privacy	PRI1	0.701	0,195	Valid
	PRI2	0.755		
	PRI3	0.644		
Responsiveness	RES1	0.797	0,195	Valid
	RES2	0.814		
	RES3	0.805		
Compensation	COM1	0.759	0,195	Valid
	COM2	0.797		
	COM3	0.788		
Contact	CON1	0.793	0,195	Valid
	CON2	0.842		
	CON3	0.758		

Tabel 4 Uji Validitas Item Harapan

Dimensi	Indikator	Nilai <i>rhitung</i>	Nilai <i>rtabel</i>	Kesimpulan
Efficiency	EFF1	0.821	0,195	Valid
	EFF2	0.765		
	EFF3	0.835		
Fulfillment	FUL1	0.779	0,195	Valid
	FUL2	0.798		
	FUL3	0.732		
System Availability	SYS1	0.749	0,195	Valid
	SYS2	0.809		
	SYS3	0.824		
Privacy	PRI1	0.797	0,195	Valid
	PRI2	0.839		
	PRI3	0.772		
Responsiveness	RES1	0.722	0,195	Valid
	RES2	0.832		
	RES3	0.817		

Compensation	COM1	0.739	0,195	Valid
	COM2	0.863		
	COM3	0.806		
Contact	CON1	0.824	0,195	Valid
	CON2	0.765		
	CON3	0.791		

Merujuk pada ringkasan hasil uji validitas yang tercantum dalam Tabel 3 dan 4, seluruh item pernyataan pada instrumen kinerja maupun harapan dinyatakan valid. Penetapan ini mengacu pada kriteria bahwa sebuah item dinyatakan valid jika nilai  $r$  hitung lebih besar dibandingkan  $r$  tabel (0,195) serta memiliki nilai signifikansi  $< 0,05$  [12]. Sehingga, seluruh butir pernyataan dapat digunakan sebagai instrumen dalam studi ini.

### 3.1.2. Uji Reliabilitas

Tabel 5 Uji Reliabilitas Item Kinerja dan Harapan

Variabel	Cronbach's Alpha	Jumlah Item	Kesimpulan
Kinerja	0.960	21	Reliabel
Harapan	0.970	21	Reliabel

Mengacu pada Tabel 5, nilai Cronbach's Alpha pada variabel kinerja dan harapan masing-masing sebesar 0,960 dan 0,970. Nilai tersebut menunjukkan bahwa seluruh item memiliki konsistensi internal yang baik, karena keduanya berada di atas nilai ambang 0,60, sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel.

### 3.2. Analisis gap

Tabel 6 Analisis Gap

Kode item	Kinerja	Harapan	Gap
EFF1	4,07	4,19	-0,12
EFF2	3,79	4,2	-0,41
EFF3	4,09	4,11	-0,02
FUL1	4,09	4,25	-0,16
FUL2	3,96	4,14	-0,18
FUL3	3,92	4,11	-0,19
SYS1	3,86	4,08	-0,22
SYS2	3,94	4,09	-0,15
SYS3	3,97	4,14	-0,17
PRI1	4,19	4,2	-0,01
PRI2	4,06	4,2	-0,14
PRI3	4,04	4,08	-0,04
RES1	3,78	4,17	-0,39
RES2	4,03	4,16	-0,13
RES3	3,92	4,17	-0,25
COM1	3,8	4,18	-0,38
COM2	3,9	4,19	-0,29
COM3	3,88	4,2	-0,32
CON1	3,96	4,23	-0,27
CON2	3,8	4,15	-0,35
CON3	3,88	4,38	-0,5

Hasil perhitungan gap antara kinerja (*performance*) dan harapan (*importance*), seluruh item *E-Servqual* menunjukkan nilai gap negatif. Kondisi ini mengindikasikan bahwa kualitas layanan Maxim belum sepenuhnya memenuhi ekspektasi pelanggannya. Gap terbesar terdapat pada indikator CON3 (-0,50) yang berkaitan dengan kemudahan pelanggan menghubungi layanan bantuan, menunjukkan bahwa aspek kontak atau dukungan pelanggan masih menjadi kelemahan utama. Selain itu, indikator EFF2 (-0,41) yang berhubungan dengan efektivitas penggunaan aplikasi juga memperlihatkan ketidaksesuaian yang cukup besar antara kinerja dan harapan pelanggan.

Indikator pada dimensi *Responsiveness* seperti RES1 (-0,39) serta indikator *Compensation* seperti COM1 (-0,38) dan COM3 (-0,32) turut menunjukkan gap yang besar. Hal ini mengindikasikan perlunya peningkatan pada aspek kecepatan tanggapan serta kejelasan dan keadilan dalam pemberian kompensasi ketika terjadi permasalahan layanan. Sementara itu, beberapa indikator lain seperti PRI1 (-0,01) dan EFF3 (-0,02) memiliki gap yang relatif kecil, yang menunjukkan bahwa pada aspek tersebut kinerja Maxim telah mendekati harapan pelanggan.

Secara keseluruhan, hasil analisis gap menunjukkan bahwa meskipun kinerja layanan Maxim berada pada tingkat yang cukup baik, harapan pelanggan tetap lebih tinggi pada seluruh dimensi layanan. Oleh karena itu, peningkatan kualitas layanan diperlukan terutama pada aspek *contact*, *efficiency*, *responsiveness*, serta *Compensation* untuk mengurangi kesenjangan antara harapan dan kinerja pelanggan.

### 3.3. Interpretasi *Importance Performance Analysis*

#### 3.3.1. Analisis Tingkat Kesesuaian

Tingkat kesesuaian (TKi) per item:

$$TKi = \frac{x_i}{y_i} \times 100\% \quad (2)$$

Tingkat kesesuaian (TKi) merupakan nilai yang diperoleh dari perbandingan antara skor penilaian kinerja responden ( $X_i$ ) dan skor penilaian harapan responden ( $Y_i$ ). Dengan demikian, TKi menggambarkan sejauh mana kinerja layanan mampu memenuhi harapan responden berdasarkan nilai yang diberikan pada masing-masing atribut.

Tingkat kesesuaian (TKi) total:

$$TKi \text{ total} = \frac{\sum x_i}{\sum y_i} \times 100\% \quad (3)$$

TKi total dihitung dari perbandingan antara jumlah seluruh skor tingkat kinerja ( $\sum X_i$ ) dan jumlah seluruh skor tingkat harapan ( $\sum Y_i$ ). Nilai ini memberikan gambaran umum mengenai kesesuaian kinerja secara keseluruhan terhadap harapan pelanggan.

Tabel 7 Tingkat kesesuaian (TKi)

Kode item	$X_i$	$Y_i$	TKI
EFF1	407	419	0,971
EFF2	379	420	0,902
EFF3	409	411	0,995
FUL1	409	425	0,962
FUL2	396	414	0,957
FUL3	392	411	0,954
SYS1	386	408	0,946
SYS2	394	409	0,963
SYS3	397	414	0,959
PRI1	419	420	0,998
PRI2	406	420	0,967
PRI3	404	408	0,990
RES1	378	417	0,906
RES2	403	416	0,969
RES3	392	417	0,940
COM1	380	418	0,909
COM2	390	419	0,931
COM3	388	420	0,924
CON1	396	423	0,936
CON2	380	415	0,916
CON3	388	438	0,886
TKi Total	8293	8762	94,65%

Hasil analisis tingkat kesesuaian (TKi) pada Tabel 7 menunjukkan bahwa seluruh item berada di bawah 100%, yang berarti kinerja layanan aplikasi Maxim belum sepenuhnya memenuhi harapan pelanggan. Beberapa indikator dengan nilai TKi yang relatif rendah, seperti CON3 (0,886), EFF2 (0,902), dan RES1 (0,906), mengindikasikan adanya selisih penting antara ekspektasi dan kinerja layanan, terutama pada aspek konsistensi, efisiensi, dan responsivitas. Sebaliknya, beberapa indikator seperti PRI1 (0,998), EFF3 (0,995), dan PRI3 (0,990) menunjukkan kinerja yang hampir memenuhi harapan meskipun masih memerlukan peningkatan.

Secara total, nilai kinerja (8293) lebih rendah daripada nilai harapan (8762), sehingga menghasilkan tingkat kesesuaian keseluruhan sebesar 94,65%. Temuan ini menegaskan bahwa secara umum harapan pelanggan terhadap layanan aplikasi Maxim masih lebih tinggi daripada kinerja yang diberikan. Oleh karena itu, diperlukan upaya perbaikan berkelanjutan pada aspek-aspek layanan yang memiliki nilai TKi rendah agar kualitas layanan dapat lebih selaras dengan ekspektasi pelanggan.

### 3.3.2. Rata-Rata Tingkat Kinerja dan Tingkat Harapan

Rata-rata tingkat kinerja  $\bar{X}$  serta rata-rata tingkat harapan  $\bar{Y}$  untuk seluruh atribut perlu dihitung, karena kedua nilai tersebut berfungsi sebagai batas pemisah pada diagram kartesius.

Titik potong sumbu X:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^N xi}{k} \quad (4)$$

$$\bar{X} = \frac{82,93}{21} = 3,95$$

Titik sumbu X ditentukan berdasarkan rata-rata skor tingkat kinerja semua atribut ( $\bar{X}$ ), di mana  $\bar{X}$  diperoleh dengan membagi total skor kinerja dengan jumlah atribut yang dinilai (K).

Titik potong sumbu Y:

$$\bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^N yi}{k} \quad (5)$$

$$\bar{Y} = \frac{87,62}{21} = 4,17$$

Titik sumbu Y ditetapkan melalui perhitungan rata-rata skor tingkat harapan semua atribut ( $\bar{Y}$ ), yang dihitung melalui pembagian total skor harapan dengan jumlah atribut (K).

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus rata-rata tingkat kinerja ( $\bar{X}$ ) dan tingkat kepentingan ( $\bar{Y}$ ), diperoleh nilai  $\bar{X}$  sebesar 3,95 dan  $\bar{Y}$  sebesar 4,17. Nilai kedua rata-rata ini selanjutnya menjadi titik potong sumbu X dan sumbu Y pada diagram kartesius dalam analisis *Importance Performance Analysis* (IPA). Titik potong tersebut akan digunakan sebagai acuan untuk memetakan setiap atribut ke dalam empat kuadran pada diagram kartesius, sehingga dapat diketahui prioritas peningkatan layanan yang perlu dilakukan.

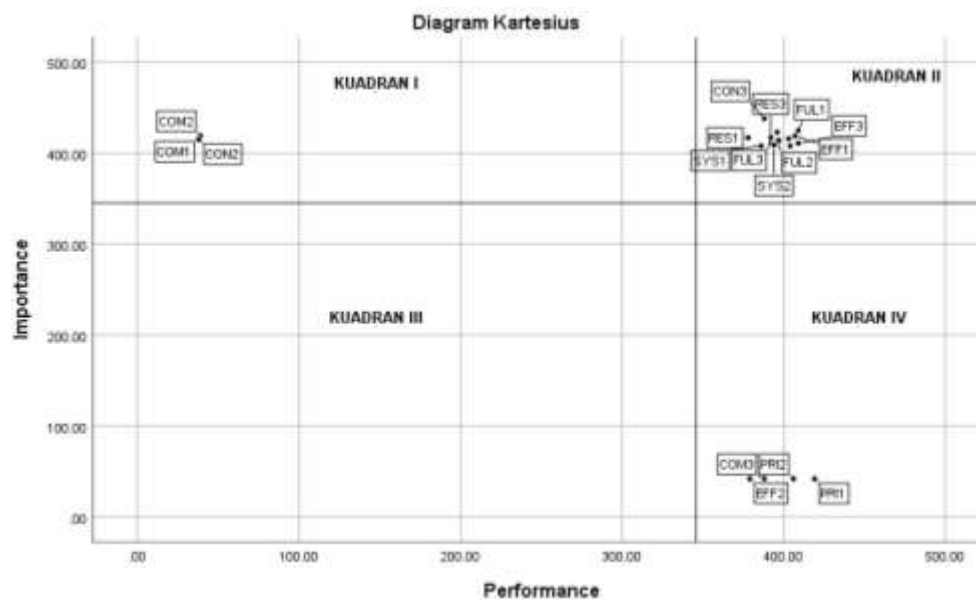
### 3.3.3. Analisis Diagram Kartesius

Tabel 8 Titik per Item pada Diagram Kartesius

Kode item	Kinerja	Harapan
EFF1	4,07	4,19
EFF2	3,79	4,2
EFF3	4,09	4,11
FUL1	4,09	4,25
FUL2	3,96	4,14
FUL3	3,92	4,11
SYS1	3,86	4,08
SYS2	3,94	4,09
SYS3	3,97	4,14
PRI1	4,19	4,2
PRI2	4,06	4,2
PRI3	4,04	4,08
RES1	3,78	4,17
RES2	4,03	4,16
RES3	3,92	4,17
COM1	3,8	4,18

COM2	3,9	4,19
COM3	3,88	4,2
CON1	3,96	4,23
CON2	3,8	4,15
CON3	3,88	4,38
Total	82,93	87,62
Rata-rata	3,95	4,17

Setelah diperoleh skor rata-rata pada setiap item dalam Tabel 7, tahap selanjutnya adalah melakukan pemetaan ke pada diagram kartesius. Diagram kartesius digunakan dalam mengidentifikasi posisi masing-masing atribut berdasarkan nilai kinerja dan harapannya, yang kemudian dikelompokkan ke dalam empat kuadran dengan makna evaluatif yang berbeda. Pada penelitian ini, titik potong diagram kartesius ditetapkan pada nilai rata-rata kinerja 3,95 pada sumbu X dan nilai rata-rata kepentingan 4,17 pada sumbu Y. Titik potong tersebut berfungsi sebagai acuan dalam menentukan letak setiap atribut pada keempat kuadran. Hasil pemetaan lengkap ditampilkan dalam Gambar 1.



Gambar 1 Diagram Kartesius

Selaras dengan pemetaan atribut pada Gambar 1, setiap item layanan aplikasi Maxim dipisahkan pada empat kuadran dengan interpretasi yaitu:

#### 1. Kuadran I:

Atribut pada Kuadran I menunjukkan bahwa aspek *Compensation* (COM1), keadilan penyelesaian masalah (COM2), dan kemudahan menghubungi pihak Maxim (CON2) mempunyai tingkat kepentingan tinggi tetapi kinerjanya masih rendah. Kondisi ini menggambarkan terdapatnya *service gap* pada mekanisme penanganan keluhan. Pelanggan mengharapkan proses penyelesaian kendala yang lebih adil, jelas, dan mudah diakses. Oleh karena itu, Maxim perlu memperbaiki konsistensi kebijakan kompensasi serta memperkuat responsivitas layanan pelanggan agar proses penanganan masalah menjadi lebih cepat dan transparan.

#### 2. Kuadran II

Pada Kuadran II, pihak aplikasi Maxim harus mempertahankan kinerja layanan karena seluruh atribut dalam kuadran ini dinilai penting dan wajib dijaga kualitasnya. Atribut yang termasuk di dalamnya yaitu EFF1, EFF3, FUL1, FUL2, FUL3, PRI3, SYS1, SYS2, SYS3, RES1, RES2, RES3, CON1 dan CON3. Atribut-atribut tersebut menunjukkan bahwa aplikasi telah memenuhi ekspektasi pelanggan pada aspek fungsional, keandalan sistem, pemenuhan layanan, serta perlindungan data. Kinerja tinggi pada fitur inti seperti kejelasan informasi, kelancaran sistem, ketepatan layanan, serta respons customer service dan driver mencerminkan stabilitas operasional yang

baik. Fokus pengembangan tidak perlu dipusatkan pada kuadran ini, melainkan menjaga konsistensi melalui pemantauan berkala dan peningkatan kecil (*continuous improvement*) agar kualitas tidak mengalami penurunan.

### 3. Kuadran III:

Ketiadaan atribut dalam Kuadran III menunjukkan bahwa tidak ada aspek yang dianggap kurang penting sekaligus berkinerjanya rendah. Hal ini mengindikasikan persepsi pelanggan yang relatif konsisten terhadap relevansi setiap atribut yang dinilai. Meskipun demikian, pemantauan berkala tetap diperlukan agar tidak ada atribut yang bergeser menjadi area bermasalah di kemudian hari.

### 4. Kuadran IV:

Atribut pada Kuadran IV memiliki tingkat kepentingan lebih rendah dibandingkan kinerjanya. Item yang masuk pada kuadran ini meliputi kecepatan pemesanan (EFF2), keamanan data pribadi (PRI1), keamanan pembayaran (PRI2), serta kemudahan prosedur keluhan (COM3). Kinerja tinggi pada atribut-atribut tersebut menunjukkan performa yang baik, namun berpotensi menyebabkan alokasi sumber daya yang berlebihan. Oleh karena itu, Maxim cukup mempertahankan kualitas pada area ini tanpa peningkatan yang signifikan, sembari mengalihkan fokus pengembangan pada atribut prioritas di Kuadran I.

## Diskusi

Analisis gap menunjukkan bahwa seluruh atribut memiliki nilai negatif, yang berarti kinerja layanan belum sepenuhnya memenuhi harapan konsumen. Temuan ini diperkuat oleh nilai tingkat kesesuaian (TKi) yang berada di bawah 100% pada setiap indikator. Lima kesenjangan terbesar terdapat pada COM1 (-0,38) terkait pemberian kompensasi yang belum sesuai ekspektasi, RES1 (-0,39) yang mencerminkan lambatnya respons layanan, serta EFF2 (-0,41) yang mengindikasikan proses pemesanan masih belum efisien. Selain itu, CON2 (-0,35) dan CON3 (-0,50) menunjukkan bahwa kemudahan pelanggan dalam menghubungi pihak Maxim saat menghadapi kendala belum optimal, disertai persepsi kurangnya kesopanan dan keramahan sebagian pengemudi. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa aspek penyelesaian masalah dan interaksi layanan menjadi titik lemah utama. Secara konseptual, E-Servqual menekankan bahwa kualitas layanan digital ditentukan oleh sejauh mana kinerja aktual mampu mendekati atau melampaui harapan pelanggan. [13].

Namun demikian, pemetaan melalui diagram kartesius memberikan perspektif yang berbeda karena bersifat komparatif antaratribut. Meskipun seluruh indikator memiliki gap negatif, tidak semua atribut memerlukan tingkat prioritas perbaikan yang sama. Tiga atribut yang berada pada Kuadran I, yaitu COM1, COM2, dan CON2, tergolong penting bagi pelanggan tetapi menunjukkan kinerja relatif lebih rendah dibanding atribut lain. Temuan ini selaras dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa dimensi *Compensation* dan *Contact* masih menjadi faktor krusial dalam meningkatkan kepuasan pelanggan layanan Maxim [7][13]. Kondisi tersebut menegaskan bahwa aspek kompensasi dan kemudahan akses bantuan berpengaruh langsung terhadap persepsi keadilan dan tingkat kepercayaan pelanggan.

Di sisi lain, atribut pada Kuadran II tetap perlu dipertahankan karena secara relatif menunjukkan performa yang lebih baik meskipun belum sepenuhnya menutup kesenjangan antara kinerja dan harapan. Hal ini konsisten dengan pandangan bahwa kualitas layanan digital ditentukan oleh kemudahan akses, keandalan sistem, serta kemampuan aplikasi dalam merespons kebutuhan pelanggan secara cepat dan efektif [14]. Secara teoritis, ketidaksesuaian antara kinerja dan harapan akan menimbulkan ketidakpuasan, sedangkan keselarasan keduanya berkontribusi terhadap terciptanya kepuasan pelanggan [15]. Dengan demikian, integrasi hasil Gap Analysis dan IPA menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif dalam merumuskan strategi peningkatan kualitas layanan yang lebih terarah dan berkelanjutan.

## 4. Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas layanan aplikasi Maxim belum sepenuhnya memenuhi harapan pelanggan, terlihat dari seluruh gap yang bernilai negatif dan tingkat kesesuaian (TKi) yang berada di bawah 100%, menandakan bahwa pengalaman pelanggan belum sejalan dengan ekspektasi. *Importance Performance Analysis* (IPA) mengaskan bahwa COM1, COM2, dan CON2 berada pada Kuadran I sebagai prioritas utama perbaikan. Ketiga atribut tersebut dinilai penting oleh pengguna, tetapi kinerjanya masih rendah. Oleh sebab itu, Maxim perlu

memusatkan upaya peningkatan pada aspek penanganan keluhan, kejelasan kompensasi, serta kemudahan akses layanan bantuan. Perbaikan yang tepat pada area prioritas ini diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat posisi kompetitif Maxim di pasar transportasi daring.

## Referensi

- [1] R. R. A. Ferdiansyah Pramudya, "Pengaruh Brand Image dan E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Marketplace Lazada di Kota Bandung," *eCo-Buss*, vol. 7, no. 448, pp. 709–718, 2024, doi: <https://doi.org/10.32877/eb.v7i1.1568>.
- [2] P. Wulandari, N. R. Dzakiyullah, A. Ratnasari, and D. Heksaputra, "Analysis of MAXIM Application Service Quality on User Satisfaction using the E-Service Quality Method," *J. Sisfokom (Sistem Inf. dan Komputer)*, vol. 13, no. 3, pp. 323–329, 2024, doi: [10.32736/sisfokom.v13i3.2226](https://doi.org/10.32736/sisfokom.v13i3.2226).
- [3] S. Asri Shopiatul Hajar, Dadan Abdul Aziz Mubarak, Ezra Karamang and R. R. A. Sarah, "EFFECT OF SERVICE FEATURES , PRICE , AND SERVICE QUALITY ON ONLINE CUSTOMER SATISFACTION : STUDY ON INDRIVE APPLICATION SERVICE USERS IN BANDUNG," *J. Bus. Manag. Ina.*, vol. 03, no. 01, 2024, doi: <https://doi.org/10.56956/jbmi.v3i01.296>.
- [4] A. Z. Yonatan, "Indonesia Jadi Pengguna Transportasi Online Terbesar 2024," goodstats. Accessed: Oct. 22, 2025. [Online]. Available: <https://goodstats.id/article/indonesia-jadi-pengguna-transportasi-online-terbesar-2024-sn07c>
- [5] P. K. & K. L. Keller, *Marketing Management*, 15th Editi. Pearson Education, 2016.
- [6] D. A. M. Epi Fitriani, Yoyo Sudaryo, "The Influence of Service Quality , Customer Trust and Customer Satisfaction on the Customer Loyalty in Cetarip Health Center Patients," *DIJDBM*, vol. 5, no. 4, pp. 760–766, 2024, doi: <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v5i4>.
- [7] P. Daryanti and M. S. Shihab, "Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Konsep E-Servqual (Studi Kasus Pelanggan Shopee)," *J. Entrep. Manag. Ind.*, vol. 2, no. 3, pp. 120–127, 2019, doi: [10.36782/jemi.v2i3.1915](https://doi.org/10.36782/jemi.v2i3.1915).
- [8] Y. W. Muhammad Arma N.H., Eko Setiawan, Nur Rachman Dzakiyullah, "Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Terhadap Aplikasi Maxim Menggunakan Metode Servqual Dan Importance Performance Analysis," *J. Teknol. Sist. Inf.*, vol. 5, no. 2, pp. 140–151, 2024, doi: [10.35957/jtsi.v5i2.9036](https://doi.org/10.35957/jtsi.v5i2.9036).
- [9] A. M. Hikmah, N. A. Sofiati, and M. A. Mukti, "Analysis of E-Service Quality and Customer Satisfaction on Banking Image : A Survey of Bank XYZ Customers," *DIJEMSS*, vol. 7, no. 1, pp. 22–45, 2025, doi: <https://doi.org/10.38035/dijemss.v7i1>.
- [10] E. Pramatatya Resindra Widya, "Pengaruh E-service quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna E-commerce di Kalimantan Barat," *J. Ilmu Manaj. dan Bisnis*, pp. 938–952, 2022, doi: [10.32627/jimm.v5i1.6420](https://doi.org/10.32627/jimm.v5i1.6420).
- [11] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- [12] I. Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018.
- [13] A. N. S. Diah Prantasari, "Analisis Kepuasan Pelanggan Elektronik Shopee menggunakan Metode E-Service Quality dan Kartesius," *J. Akunt. dan Manaj.*, vol. 18, no. 02, pp. 12–31, 2021, doi: [10.36406/jam.v18i02.438](https://doi.org/10.36406/jam.v18i02.438).
- [14] F. A. T. Rezkyta Agill, Pieter Octaviandy, "Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap Aplikasi Maxim di Kota Medan Menggunakan Model E-Servqual," *JIIBD*, vol. 1, no. 1, 2025, doi: <https://doi.org/10.60061/jiibd.v1i1.3>.
- [15] Palupi Permata Rahmi, A. Nur Aryanti, and D. Abdul Aziz, "Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BCA," *Arbitr. J. Econ. Account.*, vol. 3, no. 3, pp. 710–722, 2023, doi: [10.47065/arbitrase.v3i3.660](https://doi.org/10.47065/arbitrase.v3i3.660).