

Analisis Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pengguna Layanan Transportasi Berbasis Aplikasi Maxim di Kota Manokwari**Made Budi Purnama Putra*, Maulida Endah Rahmawati**

Fakultas Teknik, Universitas Papua

*mbp.putra@unipa.ac.id

Diajukan : 21 Oktober 2025, Revisi : 15 Mei 2026, Diterima : 3 Juni 2026

Abstract

The rapid growth of app-based transportation services has transformed urban mobility patterns, including in Manokwari, West Papua, Indonesia. However, fare pricing remains a critical factor influencing user satisfaction. This study aimed to examine the effect of price on user satisfaction with Maxim ride-hailing services in Manokwari. A quantitative survey approach was employed, involving 150 Maxim users selected through accidental sampling at Manokwari City Mall. Data were collected using a structured questionnaire, the validity and reliability of which were confirmed prior to analysis. Simple linear regression analysis was performed using SPSS version 26. The results revealed that price had a positive and statistically significant effect on user satisfaction ($t = 3.733$, $p < 0.001$). The estimated regression model was $Y = 3.544 + 0.259X$, with a coefficient of determination (R^2) of 0.274. These findings indicate that price accounts for 27.4% of the variation in user satisfaction, while the remaining 72.6% is explained by other factors not included in the model. The results highlight the importance of establishing fair and value-based pricing strategies to enhance customer satisfaction. This study provides practical insights for service providers in formulating pricing policies and offers evidence to support local governments in strengthening the regulation and oversight of app-based transportation services in Eastern Indonesia.

Keywords: Price, User Satisfaction, App-Based Transportation, Maxim, Manokwari

Abstrak

Perkembangan layanan transportasi berbasis aplikasi telah mengubah pola mobilitas masyarakat perkotaan, termasuk di Kota Manokwari, Papua Barat. Salah satu aspek yang memengaruhi kepuasan pengguna adalah persepsi terhadap kewajaran harga layanan. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pengguna layanan transportasi online Maxim di Kota Manokwari. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 150 pengguna Maxim yang dipilih melalui teknik *accidental sampling* di Manokwari City Mall. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner yang telah memenuhi uji validitas dan reliabilitas, kemudian dianalisis menggunakan regresi linear sederhana dengan bantuan SPSS versi 26. Hasil analisis menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna ($t = 3,733$; $p < 0,001$). Model regresi yang diperoleh adalah $Y = 3,544 + 0,259X$, dengan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,274. Temuan ini menunjukkan bahwa harga mampu menjelaskan 27,4% variasi kepuasan pengguna, sedangkan 72,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Hasil penelitian menegaskan bahwa strategi penetapan harga yang wajar dan sebanding dengan manfaat yang diterima pengguna berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Temuan ini dapat menjadi masukan bagi penyedia layanan dalam merumuskan kebijakan tarif serta bagi pemerintah daerah dalam mendukung pengawasan layanan transportasi berbasis aplikasi.

Kata Kunci: Harga, Kepuasan Pengguna, Transportasi Berbasis Aplikasi, Maxim, Manokwari

1. PENDAHULUAN

Kemunculan teknologi digital telah secara drastis memengaruhi cara orang melakukan pergerakan di kota-kota di Indonesia, terutama layanan transportasi yang berbasis aplikasi seperti Go-Jek dan Grab. Popularitas layanan ini meningkat karena mereka menawarkan

kemudahan, kenyamanan, serta mampu mengatasi tantangan yang sering dihadapi dalam system transportasi umum konvensional. Akibatnya, telah terjadi perubahan signifikan dalam perilaku mobilitas penduduk di daerah perkotaan (Miharja et al., 2023)(Ford & Honan, 2017). Penelitian ini mengungkapkan bahwa layanan berbasis aplikasi ini memberikan kemudahan akses ke berbagai destinasi yang lebih luas, khususnya di kawasan pinggiran kota. Ini telah merubah cara distribusi perjalanan dan mempercepat proses urbanisasi (Miharja et al., 2023).

Dalam konteks layanan transportasi berbasis aplikasi, aspek harga memainkan peran yang penting terhadap kepuasan pelanggan serta nilai yang dirasakan, sebagaimana dibuktikan oleh beragam penelitian. Contohnya, penelitian yang dilakukan terhadap aplikasi Maxim menunjukkan bahwa persepsi harga memberikan dampak positif terhadap kepuasan pelanggan, Dimana koefisien jalur mencapai 32,4%. Ini menunjukkan betapa krusialnya penetapan harga kompetitif di pasar yang sangat kompetitif (Putra et al., 2024).

Selain itu, pentingnya tarif yang adil dan transparansi juga diperlukan, karena kedua faktor ini meningkatkan kepuasan secara keseluruhan, terutama di antara kelompok pengguna yang beragam dengan akses digital yang berbeda (Weber, 2025). Penelitian lain menekankan bahwa meskipun harga merupakan faktor yang sangat penting, hal ini perlu diimbangi dengan kualitas layanan, seperti kualitas armada dan kegunaan aplikasi, agar dapat mempertahankan tingkat kepuasan yang tinggi dalam konteks mobilitas perkotaan (Kulkarni & Jagtap, 2025).

Saat ini, ada beberapa jenis layanan kendaraan yang mampu melakukan pergerakan secara efektif seperti transportasi online, yaitu Go-jek, Grab, dan Maxim. Semua layanan transportasi ini menawarkan pelayanan yang hampir serupa, seperti mengantarkan penumpang dengan harga yang beragam, yang menggunakan sistem pemesanan yang sama melalui aplikasi di ponsel atau website (Manuhutu, 2022).

Meskipun permintaan terhadap layanan aplikasi Maxim meningkat, kepuasan pengguna masih menjadi perhatian, terutama terkait harga dan kualitas layanan. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun harga yang kompetitif dan strategi promosi Maxim memberikan kontribusi positif terhadap kepuasan pelanggan, masih terdapat masalah signifikan dalam dimensi kualitas layanan, seperti efisiensi, daya tanggap, dan ketersediaan system (Wulandari et al., 2024) (Putra et al., 2024). Misalnya, keluhan mengenai ketidakakuratan lokasi penjemputan dan lambatnya respons layanan telah dicatat, yang mengakibatkan penurunan kepuasan pengguna secara keseluruhan (Wulandari et al., 2024).

Sebuah studi menunjukkan jika kualitas layanan dan nilai pelanggan berdampak signifikan terhadap tingkat kepuasan, di mana nilai pelanggan menjadi faktor yang lebih dominan. (Hanafi et al., 2025). Selain itu, persepsi tentang layanan dan promosi harga terbukti memberikan dampak positif terhadap kepuasan mahasiswa (Wanda Ardika et al., 2024). Penelitian lain menunjukkan bahwa kualitas layanan yang tinggi juga berperan penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan (Noorsyah et al., 2024).

Pada tahun 2022, Maxim memasuki Manokwari sebagai *franchisee* dalam rangka ekspansi bisnisnya. Kemudian, pada tahun 2024, Maxim secara resmi beroperasi sebagai cabang dan mulai memperkenalkan layanannya pada bulan Juli sambil mencari pengemudi untuk memulai operasional. Sejak mulai beroperasi, jumlah pengemudi yang telah mengunduh aplikasi mencapai 6.000. Namun, seiring waktu, jumlah pengemudi yang aktif menurun menjadi sekitar 1.600, sementara sekitar 4.400 pengemudi menjadi tidak aktif. Dalam operasionalnya, Maxim menghadapi beberapa kendala, terutama terkait penggunaan aplikasi oleh pelanggan, karena masih banyak yang belum memahami cara pemesanan atau penggunaan fitur di aplikasi Maxim. Di lapangan, kendala utama bagi pengemudi adalah kesulitan dalam menemukan titik penjemputan dan kemacetan di jalan (Sumber: Wawancara Pengelola Maxim Manokwari, 2025).

Tujuan utama melakukan penelitian ini untuk mengidentifikasi pengaruh harga terhadap kepuasan pengguna layanan aplikasi transportasi online yaitu Maxim di Kota Manokwari. Penelitian ini dilakukan dengan mempertimbangkan tingginya minat terhadap layanan aplikasi Maxim, baik dari sisi pengemudi maupun pengguna, yang masih tergolong baru di pasaran. Analisis komparatif dengan layanan lain, seperti Gojek dan Grab, menunjukkan bahwa kualitas layanan Maxim dianggap lebih rendah. Ini menunjukkan bahwa peningkatan strategi penetapan harga dan kecekatan layanan (*service response*) sangat penting untuk meningkatkan kepuasan pengguna (Setyaningrum et al., 2024)(Sari & Damayanti, 2024)

Hasil penelitian ini memberikan kontribusi praktis dan akademik yang signifikan. Secara praktis, penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak Maxim dalam merumuskan kebijakan penetapan tarif yang lebih efektif dan sesuai dengan kondisi Masyarakat di Manokwari. Secara akademik, penelitian ini berkontribusi dalam memperkaya pengembangan kajian transportasi online, khususnya terkait perilaku pengguna dan sensitivitas tarif di wilayah Indonesia Timur yang hingga saat ini masih relatif terbatas diteliti.

2. METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Penelitian ini mengadopsi pendekatan secara kuantitatif melalui pelaksanaan survei. Proses penelitian terdiri dari beberapa tahap, yaitu perumusan masalah, penyusunan instrumen, pengumpulan data di lapangan, pengolahan data, serta analisis dan penarikan kesimpulan. Pada tahap pengolahan data dan penarikan kesimpulan menggunakan *software* SPSS 26 dan Ms. Excel.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di Kota Manokwari dengan fokus pada pengguna transportasi *online* (Maxim) di Manokwari City Mall. Manokwari City Mall, yang disingkat MCM, adalah pusat perbelanjaan modern pertama di Manokwari, Papua Barat. Mall ini berlokasi strategis di pusat kota dan memiliki aksesibilitas tinggi dari berbagai arah.

C. Penentuan Sampel

Dalam Sugiyono (2016), disebutkan bahwa sampel merupakan bagian dari jumlah dan sifat-sifat yang terdapat dalam suatu populasi. Sampel yang ditetapkan yakni berjumlah 150 orang responden, dengan populasi yang diteliti adalah pengguna layanan transportasi *online* (Maxim) di Manokwari City Mall. Untuk menetapkan jumlah sampel yang diambil, penulis mengaplikasikan rumus *Lamshow* untuk menghitung ukuran sampel minimum, sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 1-a/2P(1-P)}{d^2} \quad (1)$$

Dimana:

n = Ukuran sampel

$Z_{1-a/2}$ = Nilai standart = 1,96

P = Estimasi tertinggi = 50% = 0,5

D = Alpha (10%); sampling error = 0,1

$$n = \frac{Z^2 1 - a / 2P(1-P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1.960^2 \cdot 0.5 (1-0.5)}{0.1^2}$$

$$n = \frac{3.8416 \times 0.5 (1-0.5)}{0.01}$$

$$n = \frac{1.9208 \cdot (0.5)}{0.01}$$

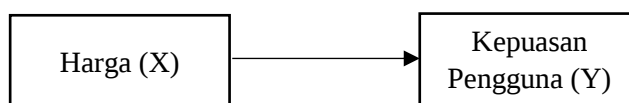
$$n = \frac{0.9604}{0.01}$$

$n = 96,04$ orang, bisa disebut 100 orang (minimal)

D. Variabel Penelitian

Variabel penelitian, sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono (2013), adalah atribut, karakteristik, atau besaran nilai yang terdapat pada objek, subjek, atau kegiatan yang diteliti. Atribut ini sengaja ditetapkan dan dipelajari oleh peneliti karena memiliki variasi yang memungkinkan penarikan kesimpulan. Terdapat dua kategori utama variabel penelitian:

1. Variabel Bebas (Independen, X): Variabel yang berperan sebagai faktor prediktor atau penentu yang menyebabkan perubahan pada variabel lain.
2. Variabel Terikat (Dependen, Y): variabel yang merupakan hasil atau konsekuensi yang nilainya berubah sebagai respons dari perubahan atau adanya pengaruh variabel bebas.



Gambar 1. Keterkaitan antara variabel X dengan variabel Y

Berdasarkan hasil identifikasi terkait indikator setiap variabel penelitian dari penelitian terdahulu yang sudah teruji, yang akan digunakan dalam proses pembuatan kuesioner, yaitu:

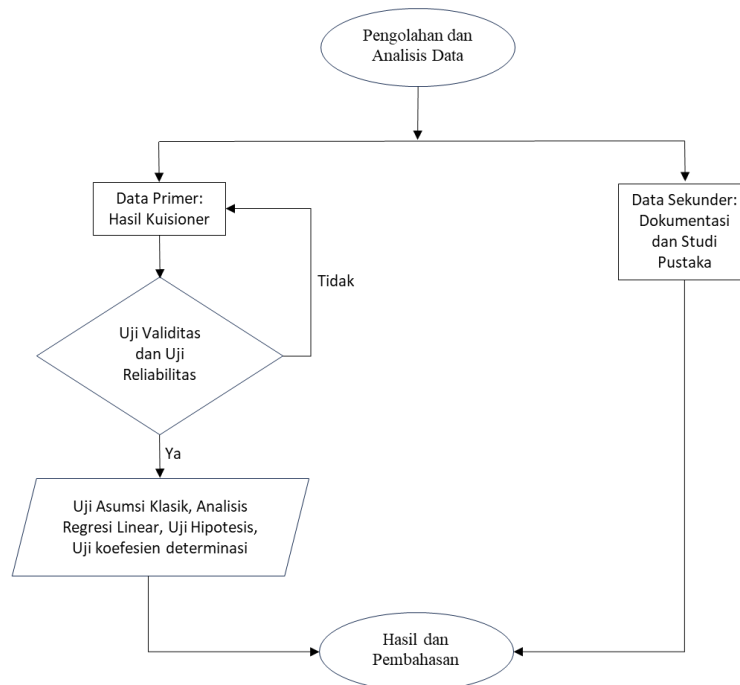
Tabel 1. Kriteria Variabel Penelitian

No	Variabel Penelitian	Kriteria Penelitian
1.	Harga (X)	Keterjangkauan Harga (X1)
		Relevansi Harga (X2)
		Tingkat Persaingan Harga (X3)
		Kelayakan Harga dengan Manfaat (X4)
2.	Kepuasan Pengguna (Y)	Kesesuaian Produk (Y1)
		Minat Berkunjung Kembali (Y2)
		Kesediaan Merekomendasikan (Y3)

E. Analisis Data

Metode yang diterapkan meliputi beberapa tahapan, yaitu:

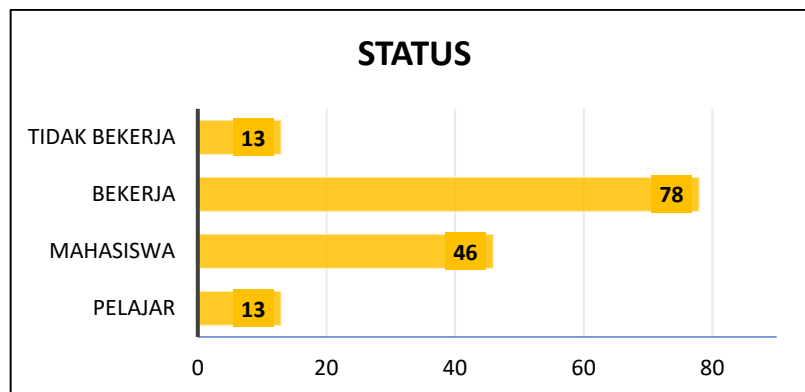
1. Uji validitas, untuk memastikan setiap instrumen penelitian benar mengukur variabel yang dimaksud
2. Uji realibilitas, menilai konsistensi dan keandalan dari instrumen penelitian
3. Uji asumsi klasik, memenuhi syarat statistik dan menghasilkan estimasi yang tidak bias
4. Analisis regresi linier, yaitu metode statistik yang digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara satu variabel bebas (*independent variable*) terhadap satu variabel terikat (*dependent variable*) yang bersifat linear. Analisis ini bertujuan untuk melihat seberapa besar perubahan pada variabel terikat akibat perubahan variabel bebas.
5. Uji hipotesis, merupakan prosedur formal yang bertujuan memverifikasi validitas hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian. Verifikasi ini dilakukan dengan menganalisis dan membandingkan hasil yang didapat dari data empiris (data lapangan) dengan kaidah statistik yang berlaku.
6. Uji koefisien determinasi (R^2), melihat besaran kontribusi variabel independen mampu memberikan kontribusi dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen



Gambar 2. Diagram Pengolahan Data

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

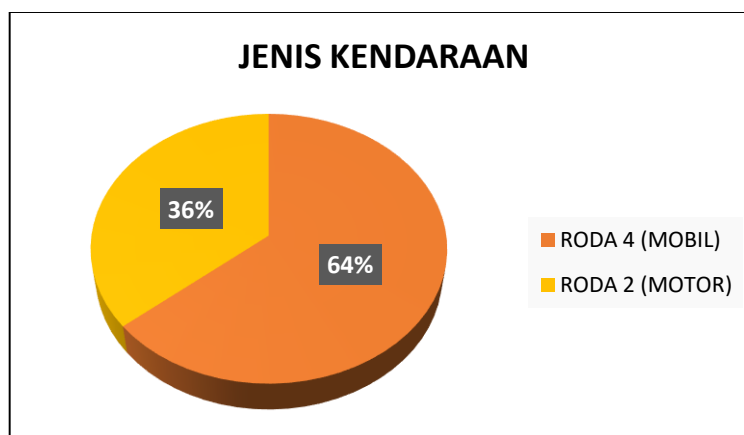
A. Status Responden



Gambar 3. Status Responden

Berdasarkan Gambar 3, dapat dilihat bahwa dari 150 responden, mayoritas yang berstatus pelajar sebanyak 13 (9%) responden, untuk yang berstatus mahasiswa sebanyak 46 (31%) responden, yang berstatus bekerja sebanyak 78 (52%) responden, dan yang berstatus tidak bekerja sebanyak 13 (9%) responden. Hasil tersebut memperlihatkan bahwa mayoritas pengguna jasa transportasi *online* yaitu pada berstatus bekerja dan yang paling rendah pada status pelajar dan tidak bekerja.

B. Pilihan Jenis Kendaraan



Gambar 4. Pemilihan Jenis Kendaraan

Berdasarkan Gambar 4, dapat dilihat bahwa dari 150 responden, mayoritas yang memilih jenis kendaraan saat menggunakan jasa Maxim yaitu roda 4 (mobil) sebanyak 96 (64%) responden, sedangkan yang memilih jenis layanan Maxim roda 2 (motor) sebanyak 54 (36%) responden. Data tersebut menunjukkan bahwa pengguna terbanyak memilih jenis kendaraan saat menggunakan jasa Maxim yaitu roda 4 (mobil) dan yang paling rendah yaitu roda 2 (motor).

C. Uji Validitas

Validitas instrumen diuji dengan membandingkan nilai koefisien korelasi hitung r_{hitung} dan nilai kritis r_{tabel} . Penentuan r_{tabel} . Langkah awal penentuan r_{tabel} adalah menghitung derajat kebebasan/*degree of freedom* (df) = $n-k$, dimana n adalah jumlah responden dan k jumlah variabel yang diteliti. Pada penelitian ini digunakan 150 orang responden. Oleh karena itu untuk menghitung df nya yaitu $150-2$ maka ditemukan hasil $df = 148$. Dengan menggunakan taraf signifikansi/ α 0,05 didapatkan r_{tabel} sebesar 0,1603. Kriteria

pengujian validitas menyatakan bahwa butir pertanyaan dianggap valid jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel 2. Rekapitulasi Hasil Uji Validitas

Uji Validitas					
Variabel	Indikator	R hitung	R tabel (N-2 = 150-2 = 148 (5%))	Sig	Kriteria
Harga (X)	X1	0,780	0,1603	0,000	Valid
	X2	0,742	0,1603	0,000	Valid
	X3	0,771	0,1603	0,000	Valid
	X4	0,777	0,1603	0,000	Valid
Kepuasan Pengguna (Y)	Y1	0,690	0,1603	0,000	Valid
	Y2	0,675	0,1603	0,000	Valid
	Y3	0,780	0,1603	0,000	Valid
	Y4	0,734	0,1603	0,000	Valid
	Y5	0,735	0,1603	0,000	Valid
	Y6	0,702	0,1603	0,000	Valid

Ket: Output SPSS 26

Berdasarkan Tabel 2. di atas, terlihat bahwa setiap butir pertanyaan memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu bernilai 0,1603. Dengan demikian, seluruh 10 butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid. Validitas ini dibuktikan melalui perbandingan antara r_{hitung} dan r_{tabel} yang telah disajikan sebelumnya.

D. Uji realibilitas

Reliabilitas instrumen diuji untuk menilai konsistensi internal kuisioner, yaitu sejauh mana jawaban responden menunjukkan stabilitas pada setiap butir pertanyaan. Indikator utama untuk mengukur konsistensi ini adalah koefisien *Cronbach's Alpha*. Berdasarkan kriteria umum, instrumen penelitian dinyatakan reliabel secara keseluruhan jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha Hitung	Cronbach Alpha Ketentuan	Kriteria
Harga (X)	0,767	0,6	Reliabel
Kepuasan Pengguna (Y)	0,815	0,6	Reliabel

Ket: Output SPSS 26

Hasil Tabel 3. didapatkan *Cronbach's Alpha* hitung sebesar 0,815. Nilai ini lebih tinggi dari batas minimum 0,6, maka dapat dikatakan variabel kepuasan memenuhi kriteria reliabilitas. Dengan demikian, seluruh butir pertanyaan adalah *reliabel*.

E. Uji asumsi klasik

1. Uji Normalitas

Penting untuk memastikan bahwa asumsi uji normalitas terpenuhi dalam analisis regresi linear, yang berarti distribusi variabel bebas dan terikat harus mengikuti pola yang normal. Uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* dipilih sebagai metode untuk melakukan pengujian asumsi ini. Kriteria pengambilan keputusan terkait normalitas ditetapkan berdasarkan taraf signifikansi 0,05 (5%).

Tabel 4. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.94280943
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.062
	Negative	-.086
Test Statistic		.086
Asymp. Sig. (2-tailed)		.065 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

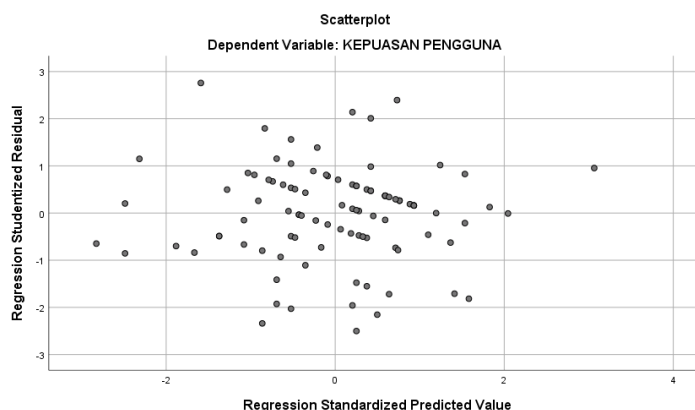
c. Lilliefors Significance Correction.

Ket: Output SPSS 26

Berdasarkan hasil uji normalitas awal terhadap 150 responden, ditemukan bahwa data tidak berdistribusi normal. Untuk mengatasi hal tersebut, dilakukan prosedur identifikasi dan eliminasi terhadap data *outlier* yang memiliki nilai ekstrem. Setelah proses pembersihan data dilakukan, diperoleh 100 sampel yang memenuhi kriteria. Hasil uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test* dengan Asymp. Sig. (*Asymptotic Significance*) didapatkan nilai sebesar $0,065 > 0,05$. Dengan demikian, nilai residual dinyatakan berdistribusi normal sehingga memenuhi asumsi klasik untuk analisis untuk melanjutkan analisis ke tahap berikutnya.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk memastikan apakah varians residual dari model regresi bersifat konstan (homoskedastisitas). Model yang baik mensyaratkan tidak adanya perbedaan varians yang signifikan antar observasi. Dalam penelitian ini, deteksi dilakukan secara visual menggunakan diagram *scatterplot* untuk melihat pola penyebaran data residual.



Gambar 5 Scatterplot

Dari Gambar 5 dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas karena titik data yang dihasilkan menyebar atau tidak bergerombol.

F. Analisis regresi linier

Berikut merupakan hasil analisis regresi linear sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linear

Variabel	Nilai Konstanta (α)	Nilai Regresi
Harga (X)	3,544	$0,259 + 3,544 = 3,803$

Ket: Output SPSS 26

Pada Tabel 5. terlihat nilai konstanta (nilai α) yaitu 3,544 dan Harga (nilai b) sebesar 0,259. Maka, persamaan regresi linear adalah sebagai berikut:

$$Y = 3,544 + 0,259X + e$$

Keterangan :

- Persamaan regresi $Y = 3,544 + 0,259X$, menunjukkan hubungan positif antara variabel harga dan kepuasan pengguna. Hal ini mengindikasikan bahwa persepsi harga yang semakin baik akan diikuti dengan peningkatan kepuasan pengguna layanan Maxim di Kota Manokwari
- Nilai konstanta (α) sebesar 3,544, nilai ini menunjukkan bahwa apabila variabel harga (X) diasumsikan konstan atau bernilai nol, maka nilai rata-rata tingkat kepuasan pengguna adalah sebesar 3,544. Ini merepresentasikan nilai dasar kepuasan pengguna sebelum mempertimbangkan faktor harga.
- Koefisien regresi (b) sebesar 0,259, hal ini berarti bahwa setiap kenaikan satu satuan pada variabel Harga (X) akan memberikan kontribusi peningkatan pada Kepuasan Pengguna (Y) sebesar 0,259. Sebaliknya, jika persepsi harga menurun satu satuan, maka kepuasan diprediksi akan menurun sebesar 0,259.

Secara keseluruhan, hasil uji statistik membuktikan bahwa variabel Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pengguna.

G. Uji hipotesis

1. Uji T

Tabel 6. Hasil dari Uji T

Variabel	Nilai Sig < 0,05	$t_{hitung} > t_{tabel}$	Keterangan
X	$0,000 < 0,05$	$3,733 > 1,660$	Terdapat pengaruh (X) terhadap (Y)

Ket: Output SPSS 26

Nilai sig. $0,001 < 0,05$

$t_{hitung} > t_{tabel} = 3,733 > 1,660$

Analisis Uji T menyimpulkan bahwa Harga (X) terbukti memengaruhi Kepuasan Pengguna (Y) secara signifikan. Temuan ini dikonfirmasi karena nilai probabilitas signifikansi (0,000) yang berada dibawah ambang batas 0,05 dan nilai t_{hitung} (3,733) melampaui nilai t_{tabel} (1,660). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara variabel harga dan kepuasan pengguna (Y).

2. Uji F

Tabel 7. Hasil Uji F

Variabel	Nilai sig. $0,000 < 0,05$	$f_{hitung} > f_{tabel}$	Keterangan
X	$0,000 < 0,05$	$13,935 > \text{nilai } f_{tabel} 3,94$	Terdapat pengaruh (X) terhadap (Y) secara signifikan.

Ket: Output SPSS 26

Nilai sig. $0,001 < 0,05$

Nilai $f_{hitung} 13,935 > f_{tabel} 3,94$

Uji F, yang ringkasan hasilnya tertera pada Tabel.7, memberikan bukti bahwa variabel X secara kolektif menghasilkan pengaruh signifikan terhadap variabel Y. Secara statistik, konfirmasi terhadap temuan ini didukung oleh dua kriteria: pertama, nilai f_{hitung} 13,935 jauh

melampaui nilai f_{tabel} 3,94. Kedua, nilai probabilitas signifikansi yang diperoleh (0,001) berbeda dibawah taraf signifikansi yang ditetapkan (0,05). Kondisi pemenuhan kriteria ini secara tegas menyebabkan penolakan terhadap Hipotesis Nol (H_0), yang menyatakan tidak ada pengaruh dan penerimaan terhadap Hipotesis Alternatif (H_a), yang menyatakan adanya pengaruh. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel X secara serentak berpengaruh signifikan terhadap Y.

H. Uji koefisien determinasi

Tabel 8. Analisis Determinan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.523 ^a	.274	.259	1.963

Ket: Outtput SPSS 26

Koefisien determinasi (R^2), seperti yang ditunjukkan pada Tabel 8, adalah 0,274. Angka ini menyiratkan bahwa variasi pada Kepuasan Pengguna (Y) dapat dijelaskan oleh variabel Harga (X) sebesar 27,4%. Sementara itu, 72,6% dari variabilitas total dalam Kepuasan Pengguna adalah akibat dari pengaruh variabel lainnya yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian ini.

4. KESIMPULAN

Analisis regresi linear mengungkapkan bahwa Variabel Harga (X) memiliki koefisien regresi positif senilai 0,259. Hasil ini diperkuat oleh uji T, yang mengonfirmasi pengaruh signifikan Harga terhadap Kepuasan Pengguna (Y) layanan transportasi *online* Maxim. Signifikansi statistik ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} (3,733) yang melampaui nilai t_{tabel} (1,660). Dengan demikian, terbukti secara empiris bahwa Harga memiliki hubungan positif dan signifikan dengan Kepuasan Pengguna, yang berimplikasi pada penolakan Hipotesis Nol (H_0) dan penerimaan Hipotesis Alternatif (H_a). Selain itu, koefisien determinasi (R^2) ditemukan sebesar 0,274. Angka ini menunjukkan bahwa variabel Harga bertanggung jawab atas 27,4% variabilitas atau perubahan yang terjadi pada Kepuasan Pengguna layanan. Sementara itu, 72,6% merupakan proporsi perubahan Kepuasan Pengguna yang dipengaruhi oleh faktor-faktor diluar variabel yang dikaji dalam model regresi ini. Berdasarkan temuan tersebut, dapat disimpulkan bahawa peningkatan kepuasan pengguna terjadi jika penetapan harga layanan Maxim dianggap proporsional dan adil dibandingkan manfaat yang dirasakan. Interpretasi ini konsisten dengan prinsip ekonomi perilaku konsumen, yang menekankan kecenderungan konsumen untuk memilih layanan yang menawarkan nilai manfaat (utilitas) terbesar dengan pengorbanan (biaya) minimal. Oleh karena itu, strategi penentuan harga yang seimbang dan proporsional terhadap kualitas layanan akan berkontribusi langsung bagi peningkatan kepuasan pengguna.

5. DAFTAR PUSTAKA

Hanafi, A., Adimistrasi Publik, P., & Pejuang Makassar, U. R. (2025). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA OJEK ONLINE MAXIM DI KOTA MAKASSAR. *Jurnal Inovasi Pendidikan IPS*, 5(3). <https://doi.org/10.51878/social.v5i3.7036>

- Kulkarni, M. P., & Jagtap, S. (2025). *Navigating Urban Mobility: An Impact Analysis of Customer Perception and Customer Satisfaction with App-Based Taxi Services in Pune City* (Vol. 7, Issue 4). <https://doi.org/10.36948/ijfmr.2025.v07i04.54718>
- Manuhutu, L. S. (2022). *PENGARUH TRANSPORTASI ONLINE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI KOTA AMBON*. 16(1).
- Miharja, M., Desiana, R., & Kipuw, D. M. (2023). *The Impact of Online Transportation Services on Indonesian Urban Non-Working Trip Volume and Distribution Pattern: A Case Study in Bandung City*. 13(6). <https://doi.org/10.18517/ijaseit.13.6.18460>
- Noorsyah, M. N., Widyaningsih, A., & Andriana, D. (2024). *Pricing Strategy and Service Quality Improvement to Optimize Customer Satisfaction: a Systematic Literature Review* (Vol. 5, Issue 2). <https://doi.org/10.56442/ijble.v5i2.935>
- Putra, H. S., Wartiningsih, E., Anggraeni, A. P., Sofa, N., Firdaus, R. Z., & Latianingsih, N. (2024). The Influence of Price Perception and Service Quality on Customer Satisfaction of Maxim Application. *Buletin Poltanesa*, 25(2), 195–201. <https://doi.org/10.51967/tanesa.v25i2.3169>
- Sari, B. R., & Damayanti, D. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Gojek (Go-Ride) Studi Pada Mahasiswa Kota Yogyakarta*. <https://doi.org/10.32877/eb.v6i3.1230>
- Setyaningrum, D., Salsabila, Y., Cahyani, M. P., Rizka, A., Ramadhani⁴, F., Putri, E., Nurdevi⁵, F., & Nugraha, J. T. (2024). ANALISIS KEPUASAN MASYARAKAT TERHADAP PENGGUNAAN APLIKASI GOJEK UNTUK MEMENUHI KEBUTUHAN MASYARAKAT. *Journal of Governance and Public Administration (JoGaPA)*, 1(3). <https://doi.org/10.59407/jogapa.v1i3.810>
- Wanda Ardika, Eko Setyo Nugroho, Nur Fazlin, Khairani Zikrinawati, & Zulfa Fahmi. (2024). Pengaruh Persepsi Layanan dan Promo Harga Maxim terhadap Kepuasan Pelanggan pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. *Student Scientific Creativity Journal*, 2(2), 34–44. <https://doi.org/10.55606/sscj-amik.v2i2.1837>
- Weber, J. (2025). Pricing Perceptions and Digital Access in Public Transport: A Mixed-Methods Analysis of Satisfaction Drivers. *International Journal of Accounting and Economics Studies*, 12(4), 421–426. <https://doi.org/10.14419/fxj55j70>
- Wiranata Loga, Suhada, & M. Kurniawan. (2025). 81.+Artikel+Jurnal+JRPP+Loga. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*. <https://doi.org/10.31004/jrpp.v8i1.41539>
- Wulandari, P., Dzakiyullah, N. R., Ratnasari, A., & Heksaputra, D. (2024). Analysis of MAXIM Application Service Quality on User Satisfaction using the E-Service Quality Method. *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi Dan Komputer)*, 13(3), 323–329. <https://doi.org/10.32736/sisfokom.v13i3.2226>
- Sugiyono (2013) *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.