

Penggunaan Maxim dan Efisiensi Biaya Transportasi Mahasiswa FEB Unwira

Agnesty Mullya Putri Redjeki^{1*}

Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandira

Agnestyredjeki@gmail.com*

Abstrak

Aplikasi transportasi online menjadi alternatif mobilitas yang semakin penting bagi mahasiswa, terutama karena pertimbangan efisiensi biaya dan kemudahan layanan. Studi ini menganalisis dampak ekonomi penggunaan aplikasi Maxim di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, serta menguji pengaruh tarif, kemudahan akses, waktu tempuh, kualitas layanan, dan promo terhadap tingkat penggunaan aplikasi. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan 100 responden yang dipilih melalui *purposive sampling* dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Maxim memberikan efisiensi biaya transportasi sebesar 20–30% dibandingkan sebelum menggunakan layanan tersebut. Secara simultan, kelima variabel independen berpengaruh signifikan terhadap penggunaan Maxim. Namun secara parsial, hanya tarif dan kemudahan akses yang berpengaruh signifikan, sedangkan waktu tempuh, kualitas layanan, dan promo tidak berpengaruh signifikan. Temuan ini memperkuat teori perilaku konsumen dan pilihan rasional, di mana mahasiswa cenderung memilih layanan dengan biaya lebih rendah dan akses pemesanan yang mudah. Studi ini menegaskan peran Maxim sebagai alternatif transportasi yang ekonomis bagi mahasiswa serta memberikan implikasi bagi pengembang aplikasi, pihak kampus, dan pembuat kebijakan lokal..

Kata Kunci: Maxim, Efisiensi Biaya, Transportasi Online, Perilaku Konsumen, Mahasiswa.

Abstract

Online transportation applications have become an increasingly important mobility alternative for university students, primarily due to cost efficiency and service convenience. This study analyzes the economic impact of using the Maxim application among students of the Faculty of Economics and Business, Widya Mandira Catholic University Kupang, and examines the influence of fares, accessibility, travel time, service quality, and promotional offers on the level of Maxim usage. A quantitative approach was employed with 100 purposively selected respondents, and the data were analyzed using multiple linear regression. The findings indicate that Maxim use provides a transportation cost efficiency of approximately 20–30% compared to prior transportation expenses. Simultaneously, all independent variables significantly affect Maxim usage. However, partial tests show that only fares and accessibility have significant effects, while travel time, service quality, and promotions do not. These results reinforce consumer behavior and rational choice theories, suggesting that students prefer transportation services that minimize costs and offer easy access to ordering. The study highlights the economic relevance of Maxim as a practical transportation alternative for students and offers implications for application developers, university administrators, and local policymakers...

Keywords: Maxim, Cost Efficiency, Online Transportation, Consumer Behavior, Students.

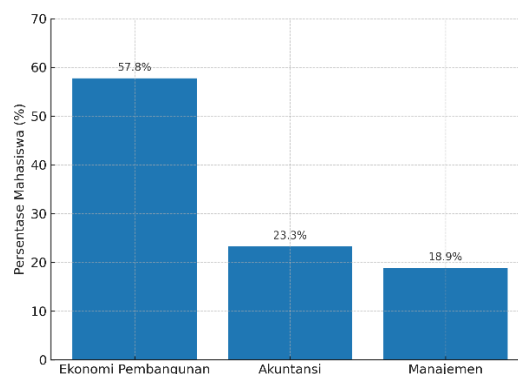
PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi signifikan dalam sektor transportasi, terutama melalui hadirnya layanan transportasi online berbasis aplikasi. Di berbagai negara

berkembang, transportasi online menjadi pilihan penting karena menawarkan kemudahan akses, fleksibilitas layanan, dan biaya yang lebih kompetitif dibandingkan transportasi konvensional (Cramer & Krueger, 2016). Dalam konteks Indonesia, pertumbuhan layanan transportasi online seperti Gojek, Grab, Maxim, dan platform serupa menunjukkan perubahan perilaku mobilitas masyarakat akibat penetrasi teknologi digital yang semakin kuat (Pratama, 2021). Peralihan dari moda transportasi tradisional ke transportasi online didorong oleh meningkatnya preferensi konsumen terhadap layanan yang cepat, aman, terjangkau, dan berbasis teknologi.

Transportasi online tidak hanya berdampak pada efisiensi mobilitas, tetapi juga pada aspek ekonomi pengguna, terutama kelompok mahasiswa yang memiliki keterbatasan finansial. Menurut Al Haddad et al. (2019), layanan transportasi online dapat menurunkan biaya perjalanan melalui mekanisme harga dinamis dan efisiensi operasional. Bagi kelompok pelajar, keputusan penggunaan layanan transportasi sangat dipengaruhi oleh sensitivitas harga dan penghematan biaya dibandingkan moda transportasi lainnya (Oluwole & Fadare, 2020). Dengan adanya persaingan tarif antar penyedia layanan, mahasiswa cenderung memilih aplikasi dengan biaya paling rendah namun tetap menawarkan kenyamanan.

Di Kota Kupang, Maxim menjadi salah satu aplikasi transportasi online dengan tingkat penggunaan yang meningkat dalam tiga tahun terakhir, seiring ekspansi layanan yang agresif dan strategi tarif rendah yang ditawarkan. Meskipun tidak tersedia data resmi mengenai pangsa pasar Maxim di Kupang, beberapa studi lokal menunjukkan bahwa strategi “low-cost operations” Maxim menjadikannya pilihan utama bagi pengguna dengan pendapatan menengah ke bawah, termasuk mahasiswa (Nababan, 2023). Berbeda dengan Grab dan Gojek yang memiliki struktur tarif lebih tinggi karena fitur layanan yang lebih kompleks, Maxim justru menarik kelompok pelajar dengan tarif murah dan kemudahan akses pemesanan.



Gambar 1. Penggunaan Maxim FEB Unwira Kupang

Penggunaan Maxim di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang menunjukkan kecenderungan yang dominan pada program studi Ekonomi Pembangunan sebesar 57,8 persen. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar mahasiswa di program studi tersebut menjadikan Maxim sebagai alternatif transportasi utama dalam menunjang aktivitas perkuliahan maupun kebutuhan mobilitas lainnya. Sementara itu, mahasiswa program studi Akuntansi tercatat sebesar 23,3 persen dan Manajemen sebesar 18,9 persen. Perbedaan distribusi ini dapat mencerminkan variasi kebutuhan, tingkat mobilitas, serta preferensi penggunaan transportasi online di masing-masing program studi. Dengan demikian, data ini memperlihatkan bahwa Maxim memiliki daya tarik yang cukup besar, terutama bagi mahasiswa Ekonomi Pembangunan, meskipun penetrasi penggunaannya tetap merata di seluruh program studi di lingkungan FEB Unwira Kupang.

Sejumlah penelitian di Indonesia telah membahas faktor-faktor yang memengaruhi keputusan penggunaan aplikasi transportasi online, namun mayoritas berfokus pada Gojek dan Grab (Putri & Yulianto, 2021; Susanti & Wibowo, 2022). Penelitian tentang Maxim sebagai objek utama masih sangat

terbatas, khususnya pada konteks efisiensi biaya dan perilaku mahasiswa di wilayah Indonesia Timur. Selain itu, sebagian besar penelitian lebih menekankan aspek kualitas layanan atau kepuasan pengguna, sementara analisis ekonomi yang menyoroti dampak penghematan biaya transportasi masih kurang dibahas. Hal ini menciptakan *research gap* untuk mengkaji bagaimana strategi tarif rendah Maxim memengaruhi efisiensi biaya transportasi mahasiswa..

Analisis efisiensi biaya menjadi sangat penting karena mahasiswa merupakan kelompok ekonomi dengan keterbatasan pendapatan dan tingkat elastisitas permintaan transportasi yang tinggi. Teori elastisitas harga permintaan menjelaskan bahwa konsumen dengan pendapatan rendah sangat responsif terhadap perubahan harga dan akan beralih ke produk atau layanan yang lebih murah ketika tersedia (Nicholson & Snyder, 2017). Dengan demikian, pemilihan Maxim oleh mahasiswa bukan hanya preferensi terhadap teknologi, tetapi merupakan keputusan ekonomi yang rasional untuk meminimalkan biaya perjalanan (Becker, 1976). Kondisi ini relevan mengingat mayoritas mahasiswa FEB Unwira memiliki pendapatan bulanan yang relatif terbatas.

Selain memberikan implikasi ekonomi bagi individu, peningkatan penggunaan transportasi online turut mempengaruhi dinamika mobilitas perkotaan. Menurut Suryanto & Yudiatmaja (2020), pemerintah daerah perlu memperhatikan perkembangan transportasi online sebagai bagian dari sistem transportasi publik yang lebih luas, karena dapat membantu mengurangi beban biaya transportasi dan meningkatkan aksesibilitas wilayah. Temuan tentang efisiensi biaya penggunaan Maxim di kalangan mahasiswa dapat memberikan masukan bagi pemerintah Kota Kupang untuk menyusun kebijakan transportasi yang lebih inklusif, terutama dalam menjawab kebutuhan mobilitas masyarakat berpendapatan rendah.

Novelty utama penelitian ini terletak pada fokusnya terhadap aplikasi Maxim—bukan Gojek atau Grab—sebagai alternatif transportasi yang ekonomis bagi mahasiswa FEB Unwira. Penelitian ini tidak hanya menguji pengaruh tarif, akses, waktu tempuh, kualitas layanan, dan promo terhadap penggunaan aplikasi, tetapi juga mengukur dampak ekonomi berupa efisiensi biaya transportasi. Pendekatan ini memberikan kontribusi baru pada literatur dengan menekankan aspek penghematan biaya sebagai variabel penting dalam pengambilan keputusan mahasiswa, yang sebelumnya kurang disorot dalam penelitian-penelitian terkait transportasi online.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain *explanatory research*, karena bertujuan menjelaskan pengaruh sejumlah variabel independen terhadap variabel dependen melalui pengujian hipotesis secara statistik. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan peneliti mengukur fenomena sosial secara terstruktur, terstandar, dan dapat dianalisis dengan teknik statistik inferensial (Creswell, 2014; Sugiyono, 2017). Dalam konteks ini, penelitian berfokus pada analisis hubungan antara tarif, kemudahan akses, waktu tempuh, kualitas layanan, dan promo terhadap tingkat penggunaan aplikasi Maxim serta efisiensi biaya transportasi mahasiswa FEB Unwira

Penelitian dilaksanakan di lingkungan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira (FEB Unwira) Kupang, yang menjadi salah satu pengguna potensial layanan transportasi online di Kota Kupang. Pemilihan lokasi ini bersifat purposif karena mahasiswa FEB memiliki kebutuhan mobilitas yang tinggi untuk aktivitas akademik dan non-akademik. Pengumpulan data dilakukan pada tahun 2024, setelah layanan Maxim telah beroperasi secara luas di Kota Kupang, sehingga responden memiliki pengalaman yang cukup dalam menggunakan aplikasi tersebut sebagai sarana transportasi sehari-hari

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif FEB Unwira Kupang pada tahun akademik berjalan, yang berjumlah 1.570 mahasiswa berdasarkan data administrasi fakultas. Karena tidak dimungkinkan untuk menjangkau seluruh populasi, peneliti menentukan ukuran sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (margin of error) 10 persen. Dengan demikian,

diperoleh ukuran sampel minimum sekitar 94 responden, yang kemudian dibulatkan menjadi 100 responden untuk memudahkan analisis dan meningkatkan representativitas data (Sugiyono, 2017). Penelitian-penelitian kuantitatif dengan analisis regresi linear umumnya menganggap ukuran sampel 100 responden sudah memadai untuk memperoleh estimasi parameter yang stabil, selama kualitas data terjaga (Hair et al., 2019).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria sampel adalah: (1) mahasiswa aktif FEB Unwira, (2) memiliki akun dan pernah menggunakan aplikasi Maxim untuk kebutuhan transportasi, dan (3) bersedia mengisi kuesioner secara lengkap. Penggunaan purposive sampling lazim dalam penelitian perilaku konsumen yang menargetkan kelompok pengguna spesifik yang telah memiliki pengalaman terhadap produk atau layanan yang diteliti (Etikan, Musa, & Alkassim, 2016). Meskipun teknik ini bukan probabilistik, pemilihan kriteria yang jelas diharapkan dapat mengurangi bias seleksi dan menghasilkan gambaran yang relevan mengenai perilaku mahasiswa pengguna Maxim.

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh secara langsung dari responden melalui kuesioner terstruktur. Kuesioner disusun menggunakan skala Likert lima poin (1 = sangat tidak setuju sampai 5 = sangat setuju) untuk mengukur persepsi responden terhadap variabel-variabel penelitian. Skala Likert banyak digunakan dalam penelitian sosial-ekonomi karena mampu menangkap sikap, persepsi, dan preferensi responden secara bertingkat (Joshi et al., 2015). Penyebaran kuesioner dilakukan secara luring kepada mahasiswa FEB Unwira yang memenuhi kriteria sampel, dengan bantuan enumerator untuk memastikan kuesioner diisi dengan lengkap dan sesuai petunjuk. Selain data primer, penelitian ini juga memanfaatkan data sekunder berupa literatur terdahulu, laporan resmi, dan dokumen kebijakan terkait transportasi online dan perilaku konsumen. Data sekunder digunakan untuk menyusun landasan teoritis, mengidentifikasi gap penelitian, dan membandingkan temuan penelitian ini dengan studi-studi sebelumnya.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah tingkat penggunaan aplikasi Maxim oleh mahasiswa FEB Unwira, yang diukur melalui beberapa indikator seperti frekuensi penggunaan, intensitas pemanfaatan untuk aktivitas akademik, dan preferensi terhadap Maxim dibandingkan moda transportasi lain. Variabel independen mencakup:

- Tarif (X_1): persepsi mahasiswa terhadap keterjangkauan harga, kesesuaian tarif dengan jarak, dan perbandingan tarif Maxim dengan layanan lain.
- Kemudahan akses pemesanan (X_2): kemudahan dalam menggunakan aplikasi, kejelasan antarmuka, dan kecepatan proses pemesanan.
- Waktu tempuh (X_3): persepsi mengenai ketepatan waktu, kecepatan pengemudi mencapai titik penjemputan, dan efisiensi waktu perjalanan.
- Kualitas layanan (X_4): sikap dan profesionalitas pengemudi, kenyamanan perjalanan, serta keamanan layanan.
- Promo atau diskon (X_5): frekuensi promo, besaran potongan harga, dan relevansi promo dengan kebutuhan mahasiswa.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan melalui dua tahap utama, yaitu analisis deskriptif dan analisis inferensial. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan profil responden serta distribusi jawaban terhadap masing-masing variabel penelitian, melalui perhitungan nilai rata-rata, persentase, dan

simpangan baku. Tahap ini bertujuan memberikan gambaran awal mengenai pola penggunaan Maxim dan persepsi mahasiswa terhadap tarif, kemudahan akses, waktu tempuh, kualitas layanan, dan promo.

Analisis inferensial menggunakan regresi linear berganda (*multiple linear regression*) untuk menguji pengaruh variabel tarif (X_1), kemudahan akses (X_2), waktu tempuh (X_3), kualitas layanan (X_4), dan promo (X_5) terhadap tingkat penggunaan aplikasi Maxim (Y). Model regresi umum yang digunakan adalah:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \varepsilon$$

Sebelum mengestimasi model, dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas residual, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas untuk memastikan bahwa model regresi memenuhi asumsi dasar OLS sehingga estimasi parameter bersifat tidak bias dan efisien (Gujarati & Porter, 2009; Wooldridge, 2016). Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t untuk melihat pengaruh parsial masing-masing variabel independen dan uji F untuk menilai pengaruh simultan seluruh variabel independen terhadap variabel dependen, dengan tingkat signifikansi 5 persen. Selain itu, nilai koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur proporsi variasi penggunaan Maxim yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen dalam model. Seluruh proses pengolahan data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak statistik (misalnya SPSS atau software sejenis) yang lazim digunakan dalam penelitian sosial-ekonomi.

HASIL dan PEMBAHASAN

Karakteristik Responden dan Pola Penggunaan Maxim

Penelitian ini melibatkan 100 responden mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis (FEB) Universitas Katolik Widya Mandira Kupang yang menggunakan aplikasi Maxim sebagai moda transportasi online. Mayoritas responden berasal dari Program Studi Ekonomi Pembangunan, diikuti oleh Akuntansi dan Manajemen, yang juga tercermin pada distribusi pengguna Maxim di FEB Unwira tahun 2024 di mana Prodi Ekonomi Pembangunan mencapai sekitar 57,8 persen dari total pengguna, Akuntansi 23,3 persen dan Manajemen 18,9 persen. Secara keseluruhan, sekitar 96 persen mahasiswa FEB yang menjadi responden tercatat pernah menggunakan Maxim, menunjukkan bahwa aplikasi ini telah menjadi alternatif transportasi utama bagi mahasiswa di lingkungan FEB Unwira. Hal ini mengindikasikan tingkat adopsi yang tinggi dan relevansi Maxim sebagai objek kajian dalam konteks efisiensi biaya transportasi mahasiswa.

Berdasarkan program studi, distribusi responden menunjukkan bahwa 50 persen berasal dari Program Studi Ekonomi Pembangunan, 29 persen dari Akuntansi, dan 21 persen dari Manajemen. Hal ini mengindikasikan bahwa mahasiswa Ekonomi Pembangunan memiliki proporsi terbesar dalam penelitian ini, yang menunjukkan tingginya tingkat penggunaan aplikasi Maxim di kalangan mahasiswa program studi tersebut dibandingkan dengan dua program studi lainnya. Berdasarkan jenis kelamin, sebanyak 65 persen responden adalah perempuan, sedangkan 35 persen adalah laki-laki. Komposisi ini menunjukkan bahwa responden perempuan lebih banyak menggunakan aplikasi Maxim dibandingkan laki-laki, dengan selisih proporsi sebesar 30 persen. Temuan ini dapat mengindikasikan bahwa mahasiswa perempuan cenderung lebih sering memanfaatkan transportasi online untuk mendukung mobilitas akademik dan sosial mereka.

Dari segi usia, sebagian besar responden (93 persen) berada dalam rentang usia 15–25 tahun, sedangkan sisanya (7 persen) berada pada kelompok usia 26–35 tahun. Artinya, mayoritas pengguna Maxim di kalangan mahasiswa merupakan generasi muda yang secara aktif beradaptasi dengan teknologi digital. Sementara itu, berdasarkan pendapatan bulanan, terdapat dua kelompok utama, yaitu mahasiswa dengan pendapatan Rp500.000–Rp1.000.000 sebanyak 46 persen, dan mahasiswa dengan pendapatan Rp1.200.000–Rp1.500.000 sebanyak 54 persen. Data ini menunjukkan bahwa mayoritas

responden memiliki pendapatan menengah ke atas, yang memungkinkan mereka untuk rutin menggunakan layanan transportasi online seperti Maxim.

Dampak Penggunaan Maxim terhadap Efisiensi Biaya Transportasi

Salah satu fokus utama penelitian adalah menilai apakah penggunaan Maxim berkontribusi pada efisiensi biaya transportasi mahasiswa FEB. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa sebelum menggunakan Maxim, mahasiswa menghabiskan rata-rata sekitar Rp100.000–Rp150.000 per minggu untuk transportasi, sedangkan setelah menggunakan Maxim pengeluaran tersebut turun menjadi Rp70.000–Rp100.000 per minggu. Dengan demikian, penggunaan Maxim menghasilkan penghematan biaya sekitar 20–30% dari total pengeluaran transportasi mingguan. Dalam kerangka teori perilaku konsumen (Mankiw), pilihan mahasiswa beralih ke Maxim dari moda transportasi konvensional atau aplikasi pesaing yang lebih mahal merupakan respon terhadap sinyal harga yang lebih rendah dan transparansi tarif yang disediakan aplikasi.

Selain itu, fitur estimasi tarif dan riwayat perjalanan di aplikasi Maxim membantu mahasiswa memantau serta mengontrol pengeluaran, sehingga mendorong terbentuknya perilaku konsumsi yang lebih terencana dalam jangka panjang. Temuan ini memperkuat argumen bahwa aplikasi transportasi online berbiaya relatif murah seperti Maxim dapat berfungsi sebagai instrumen penting bagi mahasiswa dalam mengelola pengeluaran sehari-hari, khususnya di kota dengan keterbatasan pilihan transportasi publik yang efisien.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Sebelum menguji hipotesis menggunakan regresi linear berganda, dilakukan serangkaian uji asumsi klasik untuk memastikan bahwa model yang digunakan memenuhi kriteria ekonometrika dasar.

1. Uji Normalitas

Histogram residual dan Normal P–P Plot menunjukkan pola distribusi residual yang mendekati kurva lonceng dengan nilai rata-rata residual yang sangat dekat dengan nol dan standar deviasi di sekitar satu, sehingga secara visual mendukung asumsi normalitas residual.

Uji Kolmogorov–Smirnov menunjukkan nilai signifikansi sekitar 0,025 ($< 0,05$), yang secara statistik mengindikasikan adanya deviasi dari normalitas sempurna. Namun, dengan ukuran sampel $N = 100$, penyimpangan ini masih dapat ditoleransi karena model regresi pada umumnya cukup robust terhadap pelanggaran ringan normalitas, sehingga analisis regresi tetap dianggap layak digunakan.

2. Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas menggunakan nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) menunjukkan bahwa seluruh variabel independen berada pada rentang toleransi yang wajar dan nilai VIF mendekati 1 serta berada jauh di bawah 10. Hal ini mengindikasikan tidak adanya masalah multikolinearitas serius antar variabel independen sehingga model regresi dapat diinterpretasikan dengan lebih andal.

3. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas (misalnya menggunakan uji Glejser atau Breusch–Pagan), seluruh variabel independen memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, sehingga tidak terdapat bukti adanya heteroskedastisitas. Dengan demikian, varians residual dapat dianggap konstan (homoskedastis) dan koefisien regresi yang dihasilkan bersifat efisien serta tidak bias.

Table 1. Uji Asumsi Klasik

Jenis Uji	Indikator Utama	Hasil Utama	Kesimpulan
Normalitas	Histogram, P-P Plot, K-S test	Pola mendekati normal; Sig K-S ≈ 0,025	Deviasi ringan, diterima
Multikolinearitas	Tolerance, VIF	VIF ~ 1-<10	Tidak ada multikolinearitas serius
Heteroskedastisitas	Uji Glejser/Breusch-Pagan	Sig > 0,05	Tidak ada heteroskedastisitas

Hasil Regresi dan Uji Hipotesis

Model regresi linear berganda yang diestimasi dalam penelitian ini adalah:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \varepsilon$$

dengan:

- Y= tingkat penggunaan aplikasi Maxim
- X₁= biaya atau tarif transportasi
- X₂= kemudahan akses pemesanan
- X₃= waktu tempuh
- X₄= kualitas layanan dan kepuasan
- X₅= promo atau diskon.

1. Uji Parsial

Secara parsial, hasil uji t menunjukkan bahwa biaya/tarif transportasi (X1) dan kemudahan akses pemesanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap tingkat penggunaan Maxim, sedangkan waktu tempuh (X3), kualitas layanan dan kepuasan (X4), dan promo/diskon (X5) berpengaruh positif tetapi tidak signifikan secara statistik pada taraf 5%.

- Untuk variabel X1 (tarif), nilai t-hitung sebesar 5,834 dengan signifikansi 0,000, yang berada jauh di bawah ambang signifikansi 0,05.
- Untuk variabel X2 (kemudahan akses pemesanan), nilai t-hitung sebesar 2,303 dengan signifikansi 0,024, juga di bawah 0,05.
- Variabel X3, X4, X5 memiliki koefisien regresi positif namun nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 sehingga tidak signifikan secara parsial, meskipun tetap memberikan kontribusi tambahan terhadap model.

Tabel 2. Hasil Uji t (Parsial)

Variabel	Simbol	t-hitung	Sig.	Pengaruh Parsial terhadap Y
Biaya/tarif transportasi	X1	5,834	0,000	Signifikan, pengaruh positif kuat
Kemudahan akses pemesanan	X2	2,303	0,24	Signifikan, pengaruh positif
Waktu tempuh	X3	1,115	0,268	Tidak signifikan, pengaruh positif

Kualitas layanan dan kepuasan	X4	1,312	0,192	Tidak signifikan, pengaruh positif
Promo atau diskon	X5	0,884	0,379	Tidak signifikan, pengaruh positif

Sumber: Data Diolah

Variabel X1 – Tarif (Signifikan, Pengaruh Positif)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tarif berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan aplikasi Maxim oleh mahasiswa FEB Unwira. Temuan ini konsisten dengan penelitian Putri & Yulianto (2021) yang menyatakan bahwa harga merupakan faktor dominan dalam keputusan penggunaan transportasi online di kalangan mahasiswa, khususnya bagi kelompok berpendapatan terbatas. Kondisi ini juga diperkuat oleh temuan Cramer dan Krueger (2016) yang menegaskan bahwa pasar transportasi online bersifat highly price-sensitive, terutama di negara berkembang, sehingga konsumen akan memilih layanan dengan tarif yang paling terjangkau untuk memaksimalkan utilitas. Secara teoretis, hubungan positif antara tarif yang rendah dan intensitas penggunaan layanan sejalan dengan teori perilaku konsumen dan elastisitas permintaan (Nicholson & Snyder, 2017), yang menegaskan bahwa individu dengan keterbatasan anggaran cenderung beralih pada layanan yang memberikan manfaat maksimal dengan harga minimal. Oleh karena itu, signifikansi variabel tarif dalam penelitian ini sepenuhnya logis dan kredibel dalam konteks mahasiswa FEB Unwira Kupang.

Hasil analisis deskriptif mendukung temuan tersebut, di mana mayoritas responden memberikan penilaian “setuju” hingga “sangat setuju” terhadap keterjangkauan tarif Maxim. Dari empat indikator pada variabel X1 (P13–P16), item persepsi terhadap keterjangkauan tarif memperoleh skor rata-rata 1,78 dan termasuk kategori “sangat setuju”, sementara indikator kepuasan terhadap tarif layanan memiliki skor rata-rata 3,20 pada kategori “cukup setuju”. Nilai rata-rata keseluruhan variabel X1 sebesar 2,54 menunjukkan bahwa mahasiswa cenderung menilai biaya layanan Maxim sebagai tarif yang terjangkau dan sesuai dengan kondisi finansial mereka. Kondisi ini mengindikasikan bahwa faktor biaya menjadi pertimbangan utama yang mendorong mahasiswa menggunakan Maxim secara berulang, terutama karena tarifnya lebih kompetitif dibandingkan transportasi online lainnya. Temuan empiris ini memperkuat pandangan teori perilaku konsumen bahwa persepsi harga dan manfaat ekonomi merupakan elemen sentral dalam pengambilan keputusan, sehingga tidak mengherankan apabila tarif menjadi variabel paling signifikan dalam memengaruhi penggunaan Maxim oleh mahasiswa FEB Unwira..

Variabel X2 – Kemudahan Akses (Signifikan, Pengaruh Positif)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan akses pemesanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan aplikasi Maxim oleh mahasiswa FEB Unwira. Temuan ini konsisten dengan penelitian Maulida & Suroso (2022) yang menegaskan bahwa *perceived ease of use* merupakan determinan penting dalam keputusan penggunaan transportasi online di kalangan mahasiswa. Arah hubungan positif menunjukkan bahwa semakin mudah aplikasi digunakan—baik dari sisi navigasi, kecepatan pemesanan, maupun ketersediaan pengemudi—semakin tinggi kecenderungan mahasiswa menggunakan Maxim secara berulang. Temuan ini selaras dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan Davis (1989), yang menjelaskan bahwa persepsi kemudahan menurunkan hambatan perilaku, meningkatkan kenyamanan psikologis pengguna, dan mendorong adopsi teknologi digital. Studi internasional Al Haddad et al. (2019) juga menemukan bahwa aksesibilitas aplikasi merupakan faktor penting dalam mempertahankan penggunaan layanan ride-hailing di berbagai negara. Oleh karena itu,

signifikansi variabel X2 dalam penelitian ini kredibel karena generasi *digital-native* seperti mahasiswa FEB Unwira sangat mempertimbangkan kemudahan interaksi dengan aplikasi ketika memilih layanan transportasi online.

Analisis deskriptif mendukung temuan tersebut, di mana empat indikator variabel X2 (P17–P20) menunjukkan persepsi positif mahasiswa terhadap kemudahan penggunaan aplikasi Maxim. Indikator antarmuka yang user-friendly memperoleh skor rata-rata 1,95 dan termasuk kategori “setuju”, sedangkan indikator kemudahan mengakses fitur aplikasi memiliki skor rata-rata 3,32 dalam kategori “cukup setuju”. Secara keseluruhan, variabel X2 memperoleh skor rata-rata 2,60 dan berada pada kategori “setuju”, menggambarkan bahwa aplikasi Maxim dinilai mudah digunakan dalam proses pemesanan layanan. Meskipun terdapat beberapa aspek fitur yang dianggap belum sepenuhnya optimal, mahasiswa tetap melihat aplikasi ini sebagai platform yang praktis, sederhana, dan efisien untuk memenuhi kebutuhan transportasi sehari-hari. Hal ini memperjelas bahwa kemudahan penggunaan aplikasi menjadi elemen kunci dalam keputusan mahasiswa memilih Maxim, sesuai dengan teori TAM yang menekankan bahwa *perceived ease of use* merupakan faktor utama dalam perilaku adopsi teknologi. Dengan demikian, hasil deskriptif dan inferensial saling menguatkan bahwa kemudahan akses merupakan faktor signifikan yang mendorong mahasiswa menggunakan Maxim.

Variabel X3 – Waktu Tempuh (Tidak Signifikan, Pengaruh Positif)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa waktu tempuh memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap penggunaan aplikasi Maxim oleh mahasiswa FEB Unwira. Arah hubungan positif ini menunjukkan bahwa mahasiswa tetap menghargai layanan yang cepat dan efisien; namun nilai signifikansi yang tidak memenuhi ambang statistik menandakan bahwa faktor waktu tempuh tidak menjadi penentu utama dalam keputusan penggunaan. Ketidaksignifikansian ini dapat dijelaskan oleh karakteristik geografis dan kondisi lalu lintas Kota Kupang yang relatif lancar, sehingga variasi waktu tempuh antar moda transportasi sangat kecil dan tidak memberikan perbedaan pengalaman yang berarti bagi mahasiswa. Hal ini berbeda dengan temuan Kapriani et al. (2021), yang mendokumentasikan bahwa kecepatan layanan menjadi faktor signifikan dalam penggunaan Grab dan Gojek di kota-kota besar dengan tingkat kemacetan tinggi seperti Jakarta dan Surabaya. Selain itu, Al Haddad et al. (2019) menunjukkan bahwa di wilayah dengan infrastruktur jalan yang baik dan tingkat kepadatan lalu lintas yang rendah, persepsi pengguna terhadap waktu tempuh antar penyedia layanan cenderung homogen sehingga tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan. Oleh karena itu, meskipun mahasiswa menilai waktu tempuh Maxim secara positif, faktor ini tidak cukup kuat menjadi pendorong utama penggunaan aplikasi bila dibandingkan dengan faktor dominan seperti tarif dan kemudahan akses.

Analisis deskriptif memperkuat temuan tersebut dengan menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa terhadap waktu tempuh aplikasi Maxim berada dalam kategori positif, meskipun tidak terlalu kuat. Tiga indikator pada variabel X3—kecepatan perjalanan (P12), ketepatan waktu sesuai estimasi aplikasi (P22), dan efisiensi waktu tempuh (P23)—menunjukkan variasi tingkat persetujuan yang mencerminkan pengalaman pengguna yang cukup baik namun belum optimal. Item P12 memperoleh skor rata-rata 2,59 dan masuk kategori “setuju”, menandakan bahwa mahasiswa menilai kecepatan perjalanan Maxim lebih baik dibandingkan moda transportasi konvensional. Sementara itu, item P22 dan P23 masing-masing memperoleh skor rata-rata 2,84 dan 2,81 pada kategori “cukup setuju”, yang menunjukkan bahwa ketepatan dan efisiensi waktu tempuh masih dianggap cukup baik tetapi tidak menjadi keunggulan yang menonjol. Secara keseluruhan, skor rata-rata variabel X3 menunjukkan persepsi yang positif namun tidak cukup kuat untuk membentuk preferensi yang signifikan dalam model regresi. Hal

ini sejalan dengan teori perilaku konsumen dan teori utilitas waktu, yang menjelaskan bahwa waktu tempuh hanya menjadi faktor penentu ketika terdapat perbedaan yang nyata antar pilihan transportasi. Pada konteks Kupang, minimnya hambatan lalu lintas menyebabkan waktu tempuh tidak menjadi faktor pembeda yang kritis dalam keputusan mahasiswa memilih Maxim..

Variabel X4 – Kualitas Layanan & Kepuasan (Tidak Signifikan, Pengaruh Positif)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kepuasan (X4) memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap penggunaan aplikasi Maxim. Arah positif hubungan ini menunjukkan bahwa mahasiswa tetap menghargai aspek layanan seperti keramahan driver, kenyamanan perjalanan, dan rasa aman selama menggunakan aplikasi. Namun, ketidaksignifikansian variabel ini mengindikasikan bahwa kualitas layanan bukan merupakan faktor utama dalam menentukan keputusan mahasiswa menggunakan Maxim. Kondisi ini dapat dijelaskan oleh karakteristik pasar Maxim sebagai penyedia layanan transportasi online berbiaya rendah (*low-cost ride-hailing*), di mana pengguna lebih memprioritaskan tarif murah dan kemudahan pemesanan dibandingkan kualitas layanan yang bersifat subjektif dan sangat tergantung pada individu pengemudi. Temuan ini berbeda dengan penelitian Gika (2023) serta Wanda Ardika et al. (2023), yang menemukan bahwa kualitas layanan signifikan dalam memengaruhi penggunaan Gojek dan Grab—platform dengan struktur tarif lebih tinggi sehingga pengguna menuntut pengalaman layanan yang lebih baik. Selain itu, penelitian Zulkarnain & Ariffin (2021) menjelaskan bahwa pada layanan berbiaya murah, kualitas pelayanan sering tidak signifikan secara statistik karena konsumen cenderung menerima kompromi kualitas selama manfaat ekonominya tinggi. Oleh karena itu, dalam konteks mahasiswa FEB Unwira, kualitas layanan dipandang positif namun tidak cukup kuat untuk menjadi faktor penentu penggunaan Maxim.

Hasil analisis deskriptif memperkuat temuan tersebut, di mana empat indikator variabel X4 (P24–P27) menunjukkan persepsi positif namun tidak terlalu kuat terkait kualitas layanan Maxim. Indikator keramahan dan profesionalitas pengemudi memperoleh skor rata-rata 2,72 (kategori “setuju”), menunjukkan bahwa mahasiswa menilai interaksi dengan pengemudi cukup baik. Namun, indikator kenyamanan kendaraan (P25) dan rasa aman selama perjalanan (P26) masing-masing hanya memperoleh skor rata-rata 3,10 dan 3,18, keduanya berada pada kategori “cukup setuju”. Indikator kepuasan keseluruhan layanan (P27) juga berada dalam kategori “cukup setuju” dengan skor rata-rata 3,05. Secara keseluruhan, nilai rata-rata variabel X4 berada dalam kategori “cukup setuju”, menandakan bahwa mahasiswa memiliki persepsi positif tetapi moderat terhadap kualitas layanan Maxim. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun kualitas layanan berkontribusi terhadap pengalaman pengguna, faktor ini tidak cukup kuat untuk memengaruhi keputusan penggunaan secara signifikan. Hal ini selaras dengan teori perilaku konsumen yang menegaskan bahwa dalam konteks jasa berbiaya rendah, persepsi harga dan efisiensi ekonomilah yang lebih dominan membentuk keputusan pembelian dibandingkan atribut kualitas (Kotler & Keller, 2016). Dengan demikian, kualitas layanan berperan sebagai faktor pelengkap—bukan pendorong utama—dalam keputusan mahasiswa memilih Maxim.

Variabel X5 – Promo/Diskon (Tidak Signifikan, Pengaruh Positif)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa promo atau diskon (X5) memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap penggunaan aplikasi Maxim oleh mahasiswa FEB Unwira. Arah positif hubungan ini menunjukkan bahwa mahasiswa tetap menghargai keberadaan promo sebagai manfaat tambahan, tetapi tidak menjadikannya faktor penentu dalam pengambilan keputusan. Ketidaksignifikansian ini dapat dijelaskan oleh karakteristik strategi harga Maxim yang sejak awal memang lebih rendah dibandingkan kompetitor seperti Gojek dan Grab. Ketika

tarif dasar sudah sangat murah, promo tidak lagi memiliki daya tarik yang substansial untuk memengaruhi pilihan pengguna. Temuan ini berbeda dengan hasil penelitian Gika (2023) dan Sari (2024) yang menemukan bahwa promosi berpengaruh signifikan dalam penggunaan aplikasi Gojek/Grab, karena kedua aplikasi tersebut memiliki struktur tarif lebih tinggi sehingga promo berfungsi sebagai *value enhancer* yang relevan. Hal ini juga diperkuat oleh temuan Oladimeji & Fadare (2020), yang menjelaskan bahwa pada pasar transportasi online berbiaya rendah (*low-cost ride-hailing*), variabel harga dasar lebih dominan daripada promo sementara atau diskon jangka pendek. Dengan demikian, promo tetap dipandang positif oleh mahasiswa, tetapi tidak cukup kuat untuk menghasilkan signifikansi statistik karena manfaat ekonominya sudah tertutupi oleh tarif murah yang ditawarkan Maxim.

Temuan inferensial tersebut diperkuat oleh hasil analisis deskriptif terhadap indikator X5 yang mencakup persepsi mahasiswa mengenai frekuensi promo, besaran diskon, relevansi promo, dan pengaruh promo terhadap keputusan penggunaan. Indikator frekuensi promo memperoleh skor rata-rata 3,15 (kategori “cukup setuju”), menandakan bahwa mahasiswa menilai promo Maxim tidak terlalu sering diberikan. Besaran diskon yang ditawarkan juga mendapat skor rata-rata 3,22 (kategori “cukup setuju”), menunjukkan bahwa potongan harga dianggap kurang signifikan bagi pengguna. Indikator relevansi promo (P30) dan pengaruh promo terhadap keputusan penggunaan (P31) masing-masing memperoleh skor rata-rata 2,97 dan 3,18, keduanya berada pada kategori “cukup setuju”. Secara keseluruhan, rata-rata variabel X5 berada pada kategori “cukup setuju”, menandakan bahwa mahasiswa mengapresiasi adanya promo namun tidak menganggapnya sebagai alasan utama dalam memilih Maxim. Temuan ini selaras dengan teori perilaku konsumen yang menyatakan bahwa ketika harga dasar suatu layanan sudah rendah, efek daya tarik promosi akan menurun karena pengguna lebih fokus pada keuntungan harga permanen daripada insentif sementara (Kotler & Keller, 2016). Dengan demikian, promo pada Maxim bersifat komplementer, bukan determinan utama dalam keputusan penggunaan mahasiswa FEB Unwira.

2. Uji Simultan

Hasil uji simultan menunjukkan bahwa kelima variabel independen—tarif (X1), kemudahan akses (X2), waktu tempuh (X3), kualitas layanan (X4), dan promo (X5)—secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap tingkat penggunaan aplikasi Maxim oleh mahasiswa FEB Unwira Kupang. Hal ini ditunjukkan oleh nilai F-hitung sebesar 11,674 dengan signifikansi 0,000 ($< 0,05$), yang mengindikasikan bahwa kombinasi kelima variabel tersebut mampu menjelaskan variasi penggunaan Maxim secara bermakna.

Table 3. Hasil Uji F (Simultan)

Sumber Variasi	F-Hitung	Sig	Keterangan
Model Regresi	11,674	0,000	Signifikan ($p < 0,05$)

Hasil ini menegaskan bahwa perilaku mahasiswa dalam memilih layanan Maxim bukan ditentukan oleh satu faktor tunggal, tetapi merupakan hasil evaluasi paket nilai keseluruhan (*overall perceived value*) yang ditawarkan oleh aplikasi tersebut. Temuan ini sejalan dengan kerangka *Theory of Planned Behavior* yang dikemukakan Ajzen (1991), yang menjelaskan bahwa perilaku pengguna dipengaruhi oleh kombinasi sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol, sehingga pengambilan keputusan terjadi melalui integrasi berbagai pertimbangan, bukan hanya satu aspek tertentu.

Secara empiris, hasil ini juga mendukung penelitian Wanda Ardika et al. (2023), yang menunjukkan bahwa model simultan dapat signifikan meskipun tidak semua variabel signifikan secara parsial. Hal ini terjadi karena variabel-variabel yang tidak signifikan secara individu tetap memberikan kontribusi ketika diintegrasikan bersama variabel lain dalam satu model perilaku. Dalam konteks penelitian ini, tarif murah dan kemudahan akses menjadi pendorong utama, tetapi faktor lain seperti waktu tempuh, kualitas layanan, dan promo tetap memperkuat persepsi nilai dan kenyamanan dalam penggunaan Maxim. Kondisi ini serupa dengan temuan penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa keputusan penggunaan layanan transportasi online dipengaruhi oleh kombinasi faktor ekonomi, kenyamanan penggunaan aplikasi, dan pengalaman layanan secara keseluruhan. Dengan demikian, signifikansi model secara simultan menggambarkan bahwa mahasiswa FEB Unwira menilai Maxim sebagai layanan yang memberikan manfaat ekonomi, kemudahan operasional, serta kenyamanan fungsional yang cukup, sehingga mendorong mereka untuk terus menggunakan aplikasi tersebut sebagai moda transportasi utama..

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa penggunaan aplikasi Maxim memberikan dampak ekonomi positif bagi mahasiswa FEB Unwira Kupang melalui efisiensi pengeluaran transportasi sebesar 20–30%, yang menunjukkan bahwa tarif murah menjadi faktor utama dalam keputusan penggunaan. Secara parsial, hanya variabel tarif dan kemudahan akses yang terbukti berpengaruh signifikan terhadap tingkat penggunaan Maxim, sedangkan waktu tempuh, kualitas layanan, dan promo hanya berpengaruh positif namun tidak signifikan, menandakan bahwa ketiga faktor tersebut dihargai tetapi bukan penentu utama pilihan mahasiswa. Secara simultan, seluruh variabel independen terbukti signifikan, sehingga keputusan mahasiswa menggunakan Maxim didorong oleh kombinasi pertimbangan ekonomi, kemudahan teknologi, dan pengalaman layanan secara keseluruhan. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa efisiensi biaya dan kemudahan penggunaan aplikasi merupakan determinan utama penggunaan Maxim di kalangan mahasiswa, sementara aspek layanan lainnya berfungsi sebagai pelengkap yang memperkuat nilai keseluruhan layanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrilya, D., Sumastuti, E., & Meiriyanti, R. (2024). Analisis Minat Penggunaan Transportasi Online Maxim pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang. *Jurnal Simki Economic*, 7(1), 234–247. <https://doi.org/10.29407/jse.v7i1.580.maksim>
- Alvin Pratama. (2023). Tips Perjalanan Hemat Menggunakan Transportasi Online Maxim. <https://infobrand.id/tips-perjalanan-hematmenggunakan-transportasi-online-maxim.phtml>
- Ambarsari, D. (2023). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Diskon, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Penggunaan Ulang Jasa Transportasi Online Maxim di Kota Solo. 11.
- Ananda Muhamad Tri Utama. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Aplikasi Maxim Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Mahasiswa Febi Uin Datokarama Palu). 9, 356–363.
- Asiva Noor Rachmayani. (2015a). Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Maxim Dengan Menggunakan Model End-User Computing Satisfaction(Eucs).
- Asiva Noor Rachmayani. (2015b). perkembangan transportasi online. 6.
- Azzahrah, F., & Amelia, L. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Aplikasi Maxim Mobile Terhadap Kepuasan Pengguna Dengan Metode Servqual. *Jurnal Teknologi Sistem Informasi*, 2(1), 59–68. <https://doi.org/10.35957/jtsi.v2i1.849>
- Data pengguna transportasi online dari grab,gojek, maxim di indonesia. (2023). Databooks. <https://www.google.com/search?q=data+pengguna+transportasi+online+dari+grab%2Cgojek%2>

[C+maxim+di+indonesia+5+tahun+terakhir+&sca_esv=304c4ee5713996df&sxsrf=ADLYWIKLt_yElma967KDo_sO_MAI87_JLxA%3A1734081746410&ei=0vxbZ8HOGJjuseMPzOHyyQo&ved=0ahUKEwjBgYb0taSKA](https://www.maxim.com/id/2019/03/1795-selama-1-tahun-pertumbuhan-pengguna-maxim-naik-hingga-31-kali-jakarta/blog/2020/03/1795-selama-1-tahun-pertumbuhan-pengguna-maxim-naik-hingga-31-kali/)

- Dewi, I. R. (2023). Grab-Gojek Cari Untung, Cek Perbandingan Mahalnya Tarif Ojol. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20230404102738-37-427138/grabgojek-cari-untung-cek-perbandingan-mahalnya-tarif-ojol>
- Diana Maulida Zakiah, Fithria Rizka Sirait, E. S. (2022). Jurnal Teknologi , Kesehatan Dan Ilmu Sosial. Jurnal Teknologi, Kesehatan Dan Ilmu Sosial, 4(2), 328–338. 121
- Gojek. (2024). Wikipedia. <https://id.wikipedia.org/wiki/Gojek> Ensiklopedia Bebas.
- Grab. (2022). Indonesia, Pertumbuhan Mitra Grab Driver Merata Hingga ke Seluruh. Grab Indonesia.
- Hakim, M. L. (2019). Peran Transportasi Online di Kalangan Mahasiswa Universitas Indonesia Depok. Skripsi.
- Ii, B. A. B. (2016). 1 Pratama, Geistiar Yoga, and Aminah Suradi. “Perlindungan Hukum Terhadap Data Pribadi Pengguna Jasa Transportasi Online Dari Tindakan Penyalahgunaan Pihak Penyedia Jasa Berdasarkan UndangUndang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.” 2 Septan. 1, 213–219.
- Juhaeri, J. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Ojek on-Line Gojek Di Kota Tangerang Selatan. KREATIF : Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang, 7(1), 29. <https://doi.org/10.32493/jk.v7i1.y2019.p29-43>
- Kamal, B., Utami, E. U. S., & Zamami, N. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Ojek Online di Kota Tegal pada Masa Pandemi Covid 19. Jurnal Akuntansi Indonesia, 10(2), 111. <https://doi.org/10.30659/jai.10.2.111-128>
- Kapriani, K., Asmawiyah, A., Thaha, S., & Hariyanti, H. (2021). Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Transportasi Online Maxim di Makassar. Al-Buhuts, 17(1), 142–161. <https://doi.org/10.30603/ab.v17i1.2251>
- Lwanga Tindra Matutino Kinarsih, C., & Rizqullah, R. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Grabfood. Journal of Economics and Business UBS, 12(6), 4026 4037. <https://doi.org/10.52644/joeb.v12i6.1601>
- Maxim. (2020). pertumbuhan penggunaan aplikasi maxim. <https://id.taximaxim.com/id/2093-jakarta/blog/2020/03/1795-selama-1-tahun-pertumbuhan-pengguna-maxim-naik-hingga-31-kali/>
- Noor, A., & Nursidiq, G. (2024). Dampak Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Transportasi Online (Studi Kasus Penggunaan GoRide oleh Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Jakarta). Bisnis-Net Jurnal Ekonomi <https://doi.org/10.46576/bn.v7i1.4547> Dan Bisnis, 7(1), 266–274. 122
- Nursa'adah, I., Prawesty, N. N., & Lestari, D. F. (2022). Analisis Persepsi Generasi Z Terhadap Kualitas Layanan Transportasi Online Di Kota Tasikmalaya. Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan, 2(4), 13 22. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i4.137>
- Olva Alvionita. (2021). Menggunakan Jasa Grab Di Banjarbaru (Studi pada Mahasiswa dan Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan (Issue 2). Pada, S., Jasa, P., Online, T., Kupang, K., Langkamau, Y. C. D., Lay, E., Messakh,
- A. B., & Isliko, T. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Jasa Transportasi Online Maxim di Kota Kupang) Yuliana Caitlin D. Langkamau1; Elly Lay2; Anthonius B. Messakh3; Thomas Isliko4.
- Priambudi, M. R. B. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jasa Gojek Di Banjarmasin (Studi [http://eprints.uniska-bjm.ac.id/1168/%0Ahttp://eprints.uniska-bjm.ac.id/1168/1/Muhammad Rizki Bagus Priambudi %2816310524%29.pdf](http://eprints.uniska-bjm.ac.id/1168/%0Ahttp://eprints.uniska-bjm.ac.id/1168/1/Muhammad%20Rizki%20Bagus%20Priambudi%202816310524%29.pdf)
- Raden Yeni Fitriyani, Kustiawati, D., Fanhati, I. A., Ramadhan, Y. A., & Chanifah, L. (2022). Analisis

- Faktor Pengaruh Elastisitas Permintaan Jasa Ojek Online DKI Jakarta. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4, 1349–1358.
<http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jpdk/article/view/9286>
- Rika Widianita, D. (2023). Pengaruh Online Customer Rating, Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Transportasi Online Maxim Dalam Perspektif Bisnis Islam (Studi Pada Pengguna Maxim di Bandar Lampung). *ATTAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, VIII(I), 1–19.
- Sahda, F. T., Putri, A. R., & Kurniaty, D. (2023). Harga, Kualitas Layanan, dan Kepercayaan pada Transportasi Online Maxim terhadap Kepuasan Pelanggan. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 2491–2507. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.5343>
- Salma Nurhasanah, Rizka Dwi Syaharani, & Abdul Yusuf. (2024). Pengaruh Kualitas Aplikasi Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Transportasi Online Maxim: Survei pada Mahasiswa UNSIKA. *Economic Reviews Journal*, 3(3), 1925–1934. <https://doi.org/10.56709/mrj.v3i3.289>
- Tampubolon, F. R., & Husrizal Syah, D. (2024). Analisis Peran Desain User Interface Aplikasi Mobile Maxim Menggunakan Metode A/B Testing. *Simkom*, 9(2), 172–183. <https://doi.org/10.51717/simkom.v9i2.441>
- Tampubolon, L. lilliana. (2021). Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Maxim Di Kota Batam. 27–29. Wanda Ardika, Eko Setyo Nugroho, Nur Fazlin, Khairani Zikrinawati, & Zulfa
- Fahmi. (2023). Pengaruh Persepsi Layanan dan Promo Harga Maxim terhadap Kepuasan Pelanggan pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. *Student Scientific Creativity Journal*, 1(2), 380–390. <https://doi.org/10.55606/sscj-amik.v1i2.1837>
- Watung, mega putri, Rotinsulu, debby ch, & tumangkeng, steeva Y. L. (2020). Analisis Perbandingan Pendapatan Ojek Konvensional Dan Ojek Online Di Kota Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 20(03), 126–139.