

Pengaruh Kualitas Aplikasi Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Transportasi *Online* Maxim: Survei pada Mahasiswa UNSIKA

Salma Nurhasanah¹⁾, Rizka Dwi Syaharani²⁾, Abdul Yusuf³⁾

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Singaperbangsa Karawang

salmanurhasanah54@gmail.com, rizkasyaharani@gmail.com

Abdul.yusuf@staff.unsika.ac.id,

ABSTRACT

This research aims to find out how much influence application quality has on the decision to use Maxim's online transportation services with the application quality variable as the independent variable and the decision to use as the dependent variable. This study uses a quantitative approach. This research was conducted on Unsika students and the number of respondents to this research was 100 customers who had ordered Maxim online transportation services. The data collection tool uses a questionnaire and the data processing analysis tool uses SmartPLS 3.0. The results of the research state that the quality of the application has a significant influence on the decision to use Maxim's online transportation services.

Keywords: *application quality, usage decisions, online transportation, and Maxim*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas aplikasi terhadap keputusan penggunaan jasa transportasi *online* Maxim dengan variabel kualitas aplikasi sebagai variabel bebas dan keputusan penggunaan sebagai variabel terikat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan pada Mahasiswa Unsika dan jumlah responden penelitian ini adalah 100 pelanggan yang pernah memesan jasa transportasi *online* Maxim. Alat pengumpulan data menggunakan kuesioner dan alat analisis pengolahan data menggunakan SmartPLS 3.0. Hasil penelitian menyatakan bahwa kualitas aplikasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa transportasi *online* Maxim.

Kata kunci: Kualitas Aplikasi, Keputusan Penggunaan, Transportasi Online, dan Maxim

PENDAHULUAN

Di Indonesia sendiri transportasi umum menjadi salah satu kebutuhan masyarakat untuk bepergian ke tempat yang ingin mereka pergi, walaupun belum menjadi moda transportasi utama, dikarenakan masih banyak masyarakat yang menggunakan kendaraan pribadi. Di dalam Undang-Undang No.22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan di tulis bahwa angkutan umum hanya bisa menggunakan kendaraan roda 4 atau mobil, tapi dalam undang-undang juga tidak ada pasal yang melarang keras tentang kendaraan roda 2 untuk menjadi transportasi umum. Selain peraturan perundang-undangan ditingkat pusat, dasar hukum transportasi umum banyak diatur juga dalam peraturan daerah masing-masing wilayah. Sehingga beberapa daerah di wilayah Indonesia mengizinkan motor, becak dan alat transportasi yang bukan beroda 4 bisa menjadi transportasi umum.

Transportasi sangat bermanfaat bagi perekonomian suatu daerah bahkan suatu negara semakin terorganisir transportasi di suatu lokasi, semakin berkembang perekonomiannya. Pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat berdampak pada meningkatnya permintaan jasa transportasi, yang membuat bisnis di industri jasa transportasi semakin berkembang. Pada era modern ini, dunia telah memasuki era revolusi industri 4.0 yang berdampak pada perkembangan teknologi informasi dan komunikasi serta dinamika sosial didalamnya. Kemajuan teknologi ini muncul beragam profesi yang dihantarkan melalui teknologi digital, Salah satu profesi yang berkembang belakangan ini adalah layanan jasa berbasis aplikasi yaitu bisnis Ojek *online*. Sekarang ini terdapat banyaknya perusahaan – perusahaan atau yang saat ini biasa disebut dengan *start up* yang menjalankan bisnisnya pada bidang transportasi berbasis teknologi, salah satunya ialah *start up taxi online* asal Rusia, Maxim.

Maxim adalah salah satu industri teknologi internasional yang memasarkan layanan transportasi *online*. Aplikasi Maxim berasal dari Rusia yang mulai beroperasi di Indonesia pada tahun 2018. Aplikasi ini menawarkan pelayanan transportasi berupa kendaraan roda empat yang disebut Maxim Car dan kendaraan roda dua yang disebut Maxim Bike. Selain itu, Maxim juga memberikan layanan untuk pembelian produk di toko yang disebut Maxim Food & Goods. Ada layanan pengantaran barang yang disebut Maxim Delivery. Ada juga layanan pembersihan ruangan atau rumah, jasa pijat dan juga *laundry* yang disebut Maxim Life. Banyaknya jenis transportasi *online* membuat masyarakat harus lebih cermat dalam memilih transportasi *online* yang dirasa paling menguntungkan. Berdasarkan observasi yang dilakukan, dapat diketahui bahwa beberapa transportasi *online* masih beroperasi dan konsisten memenuhi permintaan serta kebutuhan penggunanya yaitu Maxim. Salah satu keunggulan pada Maxim yaitu pada aplikasinya.

Aplikasi Maxim merupakan aplikasi yang bisa dioperasikan melalui sarana pendukung yaitu *smartphone*. Tentu saja hal ini sangat menguntungkan bagi masyarakat yang sering beraktivitas di luar dan membutuhkan transportasi umum. Setiap aplikasi pasti memiliki kualitas dalam pengoperasiannya. Kualitas aplikasi akan membuat pengguna merasa dimudahkan dengan fitur-fitur yang ada dalam aplikasi tersebut. Aplikasi Maxim merupakan aplikasi yang bisa dioperasikan melalui sarana pendukung yaitu *smartphone*. Tentu saja hal ini sangat menguntungkan bagi masyarakat yang sering beraktivitas di luar dan membutuhkan transportasi umum. Setiap aplikasi pasti memiliki kualitas dalam pengoperasiannya. Kualitas aplikasi akan membuat pengguna merasa dimudahkan dengan fitur-fitur yang ada dalam aplikasi tersebut. Menurut Presman (2002:108) kualitas aplikasi merupakan aplikasi yang didesain untuk memudahkan pengguna dengan membuat model desain menarik tanpa ada kendala *error* ketika digunakan. Setiap aplikasi pasti didesain sebaik mungkin untuk memenuhi kebutuhan pengguna. Sedangkan kualitas aplikasi yang baik Menurut Widodo (2016:164) ini dapat dilihat dari kelengkapan informasi yang disajikan, relevan terhadap kebutuhan pengguna, akurat, format tidak rumit ketika digunakan, dan ketepatan waktu yaitu informasi harus *up to date*. Jika semua hal itu dapat terpenuhi tentunya pengguna akan merasa puas terhadap kualitas aplikasi yang diberikan.

Peningkatan kualitas aplikasi *online* menyebabkan banyak pengusaha baru dibidang transportasi *online*, hal ini membuat penyedia jasa transportasi *online* berlomba-lomba ataupun bersaing ketat dalam menarik keputusan pengguna jasa transportasi *online* Maxim. Menurut Kotler & Armstrong (2016:177) Keputusan pembelian adalah perilaku konsumen tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Keputusan penggunaan jasa adalah tindakan yang dilakukan oleh konsumen Maxim di kalangan Mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang untuk melakukan penggunaan yang ditentukan dari kualitas aplikasi, contohnya pada jasa yang dilakukan oleh transportasi *online* (Maxim). Keputusan penggunaan dalam jasa Maxim sangat baik karena kualitas aplikasi yang sangat mudah digunakan oleh mahasiswa Unsika.

Fenomena aplikasi Maxim yang telah diterima oleh mahasiswa unsika menjadikan hal yang menarik untuk diteliti. Aplikasi Maxim yang memiliki sistem mudah untuk digunakan, penyajian informasi yang baik, informasi yang sesuai dengan kebutuhan pengguna, kemudahan dalam memahami informasi maupun sistemnya, tentu akan meningkatkan kepuasan pelanggan yaitu pengguna aplikasi Maxim di mahasiswa Unsika. Penjelasan tersebut membuat peneliti berpendapat bahwa sebuah fitur aplikasi Maxim dapat menimbulkan kepuasan dimana fitur-fitur yang diberikan telah memenuhi kebutuhan penggunaannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas aplikasi berpengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa transportasi *online* Maxim. Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis memilih judul dalam penelitian ini, yaitu **“Pengaruh Kualitas Aplikasi Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Transportasi Online Maxim (Survei Pada Mahasiswa Unsika)”**

KAJIAN TEORITIS

Kualitas Aplikasi

1. Kualitas Informasi

Menurut DeLone dan McLean (2003) mengemukakan bahwa kualitas sistem aplikasi merupakan karakteristik dari informasi yang melekat mengenai sistem aplikasi itu sendiri yang mana kualitas sistem aplikasi merujuk pada seberapa baik kemampuan perangkat keras, perangkat lunak, kebijakan prosedur dari sistem aplikasi informasi yang dapat menyediakan informasi kebutuhan pemakai. Menurut DeLone dan McLean (2003) dimensi kualitas aplikasi yaitu:

- 1) Kelengkapan informasi (*completeness*). Suatu informasi yang dihasilkan oleh sistem informasi dapat dikatakan berkualitas jika informasi yang dikatakan lengkap. Informasi lengkap sangat dibutuhkan pengguna dalam pengambilan keputusan.
- 2) Relevan (*relevance*). Kualitas informasi pada suatu sistem informasi dapat dikatakan baik jika relevan terhadap kebutuhan pengguna atau dengan kata lain informasi tersebut mempunyai manfaat untuk penggunaannya.

- 3) Akurat (*accuracy*). Informasi yang dihasilkan oleh sistem informasi harus akurat karena sangat berperan penting dalam pengambilan keputusan. Informasi harus benar, tidak menyesatkan pengguna dan bebas dari kesalahan-kesalahan sampai pada penerima informasi.
- 4) Penyajian Informasi (*format*). Kemudahan dalam pemahaman diciptakan dari format yang disediakan oleh sistem. Tidak rumit ketika digunakan, sehingga memudahkan dalam memahami informasi yang disediakan.

Kualitas informasi yaitu persepsi pelanggan terhadap suatu *website* mengenai kualitas informasi yang didapat (Park & Kim, 2016). Kualitas informasi adalah kualitas yang berkaitan dengan jumlah, akurasi, dan bentuk informasi tentang produk dan jasa yang ditawarkan pada situs web. Berikut merupakan indikator-indikator kualitas informasi:

- 1) Akurat: informasi yang dihasilkan oleh sistem informasi harus akurat karena sangat berperan bagi pengambilan keputusan. Informasi yang akurat berarti harus bebas dari kesalahan dan bebas dari bias.
- 2) Kelengkapan dari kualitas informasi adalah kelengkapan isi dari informasi yang dihasilkan oleh sistem informasi. Informasi yang lengkap adalah informasi yang mencakup seluruh informasi yang dibutuhkan oleh pengguna sistem informasi tersebut.
- 3) Penyajian Informasi (*Format*) penyajian informasi yang dihasilkan oleh sistem informasi, menggambarkan kualitas informasi sistem informasi tersebut. Jika penyajian informasi dalam bentuk yang tepat maka informasi yang dihasilkan dianggap berkualitas sehingga memudahkan pengguna untuk memahami informasi yang dihasilkan.
- 4) Relevansi, kualitas informasi suatu sistem informasi dikatakan baik bila relevan terhadap kebutuhan pengguna, bila informasi yang dihasilkan relevan, maka informasi tersebut akan berguna. Relevansi informasi untuk tiap-tiap pengguna berbeda satu dengan yang lain.

Kualitas Aplikasi merupakan tolak ukur untuk membedakan satu *brand* dengan *brand* aplikasi lainnya, dan perbedaan itulah yang menjadikan faktor penting keberhasilan sebuah aplikasi bagi bisnis *online* (Widanengsih 2020).

2. Kualitas Sistem

Kualitas Sistem, adalah kemampuan atau performa sistem dalam menyediakan informasi sesuai kebutuhan pengguna (DeLone dan McLean, 1992). Indikatornya adalah kemudahan untuk digunakan (*ease of use*), keandalan sistem (*reliability*), kecepatan akses (*response time*), fleksibilitas sistem (*flexibility*), Integrasi (*integration*) dan keamanan sistem (*security*). Dari penjabaran di atas, dapat disimpulkan bahwa kualitas sistem merupakan salah satu bagian dari pengukuran dalam menentukan kesuksesan sistem informasi yang dapat menyediakan informasi yang berguna sesuai dengan yang dibutuhkan oleh pengguna.

Menurut Jogiyanto (2007:13), menjelaskan bahwa “Kualitas sistem digunakan untuk mengukur kualitas sistem teknologi itu sendiri. Dimensi kualitas sistem yaitu: Keandalan Sistem, *Flexibility*, Kecepatan akses, Mudah Digunakan, dan Integrasi.

Keputusan Penggunaan

Keputusan pembelian atau penggunaan jasa merupakan salah satu tahapan dalam proses pembelian sebelum perilaku pasca pembelian. Menurut Kotler & Armstrong (2016:177) Keputusan pembelian adalah perilaku konsumen tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Kotler & Armstrong (2016:188) mengemukakan keputusan pembelian memiliki dimensi sebagai berikut:

1. Pilihan produk/Pemilihan jasa

Dalam membeli produk dan tujuan yang lain, konsumen harus mengambil keputusan. Dalam kasus ini perusahaan harus meningkatkan perhatiannya kepada *customer* ataupun calon *customer* yang berminat membeli produk serta alternatif yang mereka pertimbangkan. Melalui kinerja dan kualitas dari produk perusahaan tersebut

2. Pilihan merek

Merek sebuah memiliki perbedaan tersendiri, sehingga membuat konsumen harus memilih dan mengambil keputusan tentang merek yang akan dibeli. Dalam kasus ini perusahaan harus mengetahui alasan *customer* memilih sebuah merek.

3. Pilihan penyalur

Setiap konsumen dalam membeli produk pasti ada faktor-faktor yang mempermudah seperti lokasi yang dekat, harga yang murah, persediaan barang yang lengkap, kenyamanan dalam belanja, keluasan tempat dan lain-lain, dalam kasus ini perusahaan harus mengetahui alasan *customer* memilih sebuah penyalur.

4. Waktu pembelian/Waktu pemesanan jasa

Dalam pemilihan waktu pembelian keputusan konsumen menentukan waktu kapan membeli produk dan memproduksinya lalu membelinya kembali, dalam kasus ini perusahaan harus mengetahui kapan *customer* akan membeli produk sesuai kebutuhannya dan keuntungan yang dirasakan oleh *customer*-nya.

5. Jumlah pembelian

Dalam seberapa banyak produk yang akan di belanjakan, konsumen juga dapat mengambil keputusan berapa banyak produk yang dibeli untuk kebutuhan. Dalam kasus ini perusahaan harus mengetahui berapa jumlah pembelian produk dalam satu kali beli.

6. Metode pembayaran

Dalam pembelian produk atau jasa, konsumen mengambil keputusan tentang metode pembayaran yang akan dilakukan. Dalam hal ini perusahaan perlu mengetahui kesesuaian cara transaksi konsumen.

METODOLOGI PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek atau obyek yang mempunyai kuantitas serta karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiono, 2016:117). *Sample* adalah bagian dari populasi yang mampu menjelaskan keadaan sebenarnya tentang obyek penelitian (Bungin, 2013:172). Sampel dianggap sebagai perwakilan dari populasi penelitian. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dimana pengambilan *sample* dilakukan dengan ciri-ciri tertentu yang sudah ditetapkan dan sesuai dengan tujuan penelitian (Bungin, 2013:118). Berikut merupakan kriteria sampel pada penelitian:

- a. Responden pernah memesan transportasi *online* Maxim.
- b. Responden berdomisili di Karawang.
- c. Responden berstatus mahasiswa Unsika.

Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif Menurut (Sholichah et al., 2022). penelitian kuantitatif berbasis positivisme dan digunakan untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu. Penelitian ini dilakukan pada bulan Maret - Mei 2024 di Universitas Singaperbangsa Karawang. Jenis data yang diperlukan dalam penelitian ini yaitu data primer yang diperoleh dari pendekatan penelitian lapangan dengan kuesioner. Kuesioner berisi 16 pertanyaan, 10 pertanyaan mengenai kualitas aplikasi, 6 pertanyaan keputusan penggunaan. Teknik pengukuran skor menggunakan skala Likert (Menurut Mudrajad, Kuncoro., 2013) Skala Likert adalah suatu skala psikometrik yang umum digunakan dalam kuesioner, dan merupakan skala yang paling banyak digunakan dalam kuesioner, dan merupakan skala yang paling banyak digunakan dalam riset berupa survei. Skala Likert dengan skala nilai 1-5, yaitu:

- 1) Sangat tidak setuju (1)
- 2) Tidak setuju (2)
- 3) Netral (3)
- 4) Setuju (4)
- 5) Sangat setuju (5)

Pada penelitian ini jumlah konsumen yang menggunakan jasa pelayanan Maxim tidak diketahui dengan pasti sehingga untuk menghitung jumlah sampel minimum yang dibutuhkan menggunakan formula Lemeshow untuk populasi yang tidak diketahui. Dari hasil perhitungan sampel ditentukan responden dalam penelitian ini adalah 100 responden. Variabel di dalam penelitian ini terdiri dari 2 variabel bebas (*independent variable*) dan satu variabel terikat (*dependent variable*). Variabel bebas tersebut adalah variabel kualitas aplikasi (X1) dan variabel terikat keputusan penggunaan (Y). Metode yang kami gunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item yang merupakan indikator dari variabel kualitas aplikasi dan keputusan penggunaan dinyatakan valid. Hasil tersebut terbukti dari r-hitung yang lebih besar dibandingkan dengan r-tabel. Adapun r-tabel untuk jumlah 100 responden adalah 0,195 sehingga seluruh item dalam kuesioner yang memiliki nilai lebih dari 0,196 dinyatakan valid.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Aplikasi

Variabel	Item	r-hitung	r-tabel	Hasil
Kualitas Aplikasi	X.1	0,759	0,195	Valid
	X.2	0,796	0,195	Valid
	X.3	0,796	0,195	Valid
	X.4	0,734	0,195	Valid
	X.5	0,758	0,195	Valid
	X.6	0,799	0,195	Valid
	X.7	0,752	0,195	Valid
	X.8	0,724	0,195	Valid
	X.9	0,798	0,195	Valid
	X.10	0,854	0,195	Valid

Sumber: Data Diolah Dengan SPSS 2024

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Penggunaan

Variabel	Item	r-hitung	r-tabel	Hasil
Keputusan Penggunaan	Y.1	0,787	0,195	Valid
	Y.2	0,800	0,195	Valid
	Y.3	0,685	0,195	Valid
	Y.4	0,755	0,195	Valid
	Y.5	0,636	0,195	Valid
	Y.6	0,738	0,195	Valid

Sumber: Data Diolah Dengan SPSS 2024

Tabel 1. menunjukkan bahwa 10 item yang merupakan indikator dari variabel kualitas aplikasi dinyatakan valid, dan tabel 2 menunjukkan bahwa 6 indikator dari variabel keputusan penggunaan memiliki nilai r-hitung yang lebih besar dari nilai r-tabel sehingga juga dikategorikan valid. Hasil dari kedua tabel di atas membuktikan bahwa seluruh item dalam instrumen yang digunakan pada penelitian ini terbukti valid.

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Cronbach Alpha	N of Items	Hasil
0,927	10	Reliable

Sumber: Data Diolah Dengan SPSS 2024

Selanjutnya adalah uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan analisis Cronbach-Alpha. Suatu Variabel dinyatakan *reliable* jika nilai cronbach alpha melebihi 0,7. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua item yang merupakan indikator dari variabel dalam penelitian ini dinyatakan *reliable*.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

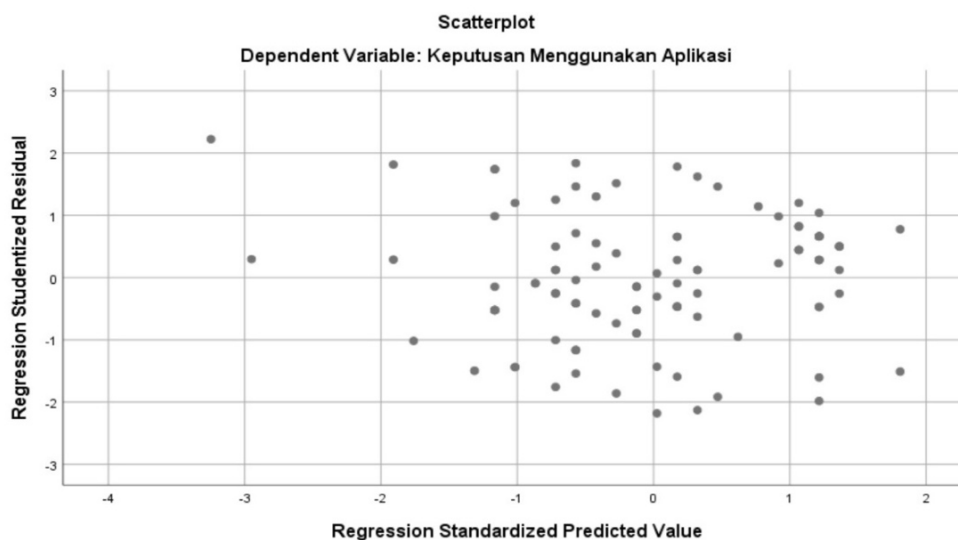
Tabel 4. Uji Normalitas

N			103
Normal Parameters	Mean		,000000
	Std. Deviation		2,66768111
Most Extreme Differences	Absolute		.068
	Positive		.060
	Negative		-.068
Test Statistic			.068
Asymp. Sig. (2-tailed)			.200 ^{c,d}

Sumber: Data Diolah Dengan SPSS 2024

Uji normalitas merupakan salah satu persyaratan yang penting dilakukan untuk menguji signifikansi koefisien regresi. Pengujian normalitas dapat dilakukan menggunakan uji Kolmogorov-Smornov test. Jika tingkat signifikansi probabilitasnya lebih besar dari $> 0,05$ maka data penelitian berdistribusi normal. Berdasarkan data yang telah di uji di atas menggunakan alat bantu SPSS data yang di dapat adalah sebesar $0,200 > 0,050$ Sehingga dapat di simpulkan bahwa data penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 1. Uji Heteroskedastisitas
Sumber: Data Diolah Dengan SPSS 2024

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Berikut adalah analisis regresi linier sederhana:

Tabel 5. Regresi Linier

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6,525	1,517		4,301	,000		
	Kualitas Aplikasi	,429	,039	,734	10,859	,000	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan Aplikasi

Sumber: Data Diolah Dengan SPSS 2024

Uji Hipotesis

Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Tabel 6. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	847,552	1	847,552	117,929	,000 ^b
	Residual	725,885	101	7,187		
	Total	1573,437	102			

a. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan Aplikasi

b. Predictors: (Constant), Kualitas Aplikasi

Sumber: Data Diolah Dengan SPSS 2024

Dari *output* tersebut diketahui bahwa nilai F hitung = 117,929 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi Variabel Keputusan Pembelian atau dengan kata lain ada pengaruh Variabel Kualitas Aplikasi (X) terhadap Variabel Keputusan Penggunaan (Y)

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas aplikasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa transportasi *online* Maxim pada Mahasiswa Unsika. Hal ini membuktikan bahwa keputusan menggunakan transportasi *online* Maxim pada Mahasiswa Unsika akan

meningkat apabila didukung oleh kualitas aplikasi yang baik. Kemudian ditawarkan kepada konsumen sehingga dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan. Maka pelanggan akan percaya dan tertarik untuk menggunakan jasa transportasi *online* Maxim di Kota Karawang.

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, Burhan. (2013). Metode penelitian sosial & ekonomi: format-format kuantitatif dan kualitatif untuk studi sosiologi, kebijakan, publik, komunikasi, manajemen, dan pemasaran edisi pertama. Jakarta: kencana prenada media goup.
- Delone, W. H., & Mclean, E. R. (2003). The Delone and Mclean model of information systems success: A ten-year update. *Journal of Management Information Systems*.
- Jogiyanto, 2007. Model Kesuksesan Sistem Teknologi Informasi. Yogyakarta: Andi
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). Prinsip-prinsipPemasaran. Edisi13. Jilid 1. Jakarta:Erlangga.
- Mudrajad, Kuncoro. (2013). “MetodeRisetuntukBisnisdanEkonomi” Edisi 4. Jakarta: Erlangga.
- Park, C.H. & Kim, Y.G. (2003). Identifying Key Factors Affecting Consumer Purchase Behavior In An Online Shopping Context. *International Journalof Retail & Distribution Management*, Vol.31, No. 1, pp.16-29.
- Presman, Roger. 2002. *Rekayasa Perangkat Lunak*. Yogyakarta: Andi.
- Sholichah, L., Rahmawati, E., & Dewi, G. K. (2022). Pengaruh Model Think Pair Share Terhadap Hasil Belajar Siswa Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 6(1), 1037–1045. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i1.2079>
- Sugiyono. (2016). MetodePenelitianKuantitatif, Kualitatifdan R&D. Bandung: PT Alfabet.
- Widanengsih, Euis. 2020. “The Effect of Easy Perception and Website Quality on Purchase Decisions in Marketplace Tokopedia.” *Journal of Research in Business, Economics, and Education* 2(3):602–11.
- Widodo. 2016. *Manajemen Sistem Aplikasi*. Jakarta: Grasindo.