

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
TRANSPORTASI *ONLINE* MAXIM
(Studi Pada Generasi Z di Kota Malang)**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Manajemen



Oleh :

Amanda Novita Sari
202010160311220

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
2024**

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TRANSPORTASI ONLINE MAXIM
(Studi pada Generasi Z di Kota Malang)**

Oleh :

Amanda Novita Sari
202010160311220

Diterima dan disetujui
pada tanggal 25 Mei 2024

Pembimbing I,

Dr. M. Jihadi, M.Si.

Pembimbing II,

Luqman Dzul Hilmi, S.E., M.B.A.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Ketua Jurusan,

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TRANSPORTASI *ONLINE* MAXIM (Studi pada Generasi Z di Kota Malang)

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Amanda Novita Sari

NIM : 202010160311220

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 25 Mei 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Penguji I : Dr. Marsudi, M.M.

Penguji II : Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.

Penguji III : Luqman Dzul Hilmi, S.E., M.B.A.

Penguji IV : Dr. M. Jihadi, M.Si.




Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Ketua Jurusan,



Dr. Nurul Asfiah, M.M.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Amanda Novita Sari
NIM : 202010160311220
Program Studi : Manajemen
Surel : amandanovita83@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil penjiplakan (*plagiarism*) dari hasil karya orang lain.
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan/sumber acuan dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 3 Juni 2024

Yang Membuat Pernyataan,



(Amanda Novita Sari)

THE EFFECT OF SERVICE QUALITY, PRICE AND BRAND IMAGE ON
MAXIM ONLINE TRANSPORTATION CUSTOMER SATISFACTION
(Study on Generation Z in Malang City)

Amanda Novita Sari*¹, Muhammad Jahadi², Luqman Dzul Hilmi³

^{1,3}Management Department, Universitas Muhammadiyah Malang, Indonesia
E-mail: amandanovita83@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of service quality, price and brand image on Maxim online transportation customer satisfaction among generation Z in Malang City. The research sample was 100 respondents, generation Z in Malang City who used Maxim online transportation with a minimum of 3 transactions in the last month. The sampling technique used was non-probability, namely purposive sampling. The analysis tool used is SPSS v.27 software. The data analysis technique uses multiple linear regression analysis. From the test results it can be concluded that: a). Service quality has a significant effect on customer satisfaction. b). Price has a significant effect on customer satisfaction. c). Brand image has a significant effect on customer satisfaction. d). Brand image has a dominant effect on customer satisfaction. In the future, Maxim's management hopes to increase the number of drivers to make it easier to find drivers when customers make orders, provide discounts to attract consumers so that Maxim remains competitive in the midst of tight market competition, provide a satisfying experience through the ease of use of the application so that customers have a positive view of brand. Maxim management must also focus on improving the brand image through positive experiences so that good emotions are formed between customers and the brand which can later provide customer satisfaction.

Keywords: *Service quality, price, brand image, customer satisfaction*

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
TRANSPORTASI *ONLINE* MAXIM
(Studi Pada Generasi Z di Kota Malang)

Amanda Novita Sari*¹, Muhammad Jihadi², Luqman Dzul Hilmi³

^{1, 3}Management Department, Universitas Muhammadiyah Malang, Indonesia
E-mail: amandanovita83@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan dalam mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan transportasi *online* Maxim pada generasi Z di Kota Malang. Sampel penelitian sejumlah 100 responden, pada generasi Z di Kota Malang pengguna transportasi *online* Maxim dengan minimal transaksi 3 kali dalam satu bulan terakhir. Teknik sampling yang digunakan adalah secara non probabilitas yaitu *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan yaitu *software* SPSS v.27. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda. Dari hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa : a). Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. b). Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. c). Citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. d). Citra merek berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan. Harapan kedepannya pihak manajemen Maxim menambah jumlah pengemudi untuk memudahkan dalam mendapatkan pengemudi saat pelanggan melakukan pemesanan, memberikan potongan harga untuk menarik konsumen agar Maxim tetap kompetitif di tengah persaingan pasar yang ketat, memberikan pengalaman yang memuaskan melalui kemudahan penggunaan aplikasi agar pelanggan memiliki pandangan yang positif terhadap merek. Pihak manajemen Maxim juga harus fokus pada peningkatan citra merek melalui pengalaman yang positif agar terbentuk emosional yang baik antara pelanggan dan merek yang nantinya dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan.

Kata kunci :Kualitas pelayanan, Harga, Citra merek, Kepuasan pelanggan

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur atas kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi *Online Maxim* (Studi pada Generasi Z di Kota Malang)". Penulisan skripsi ini merupakan tugas akhir untuk memenuhi gelar Sarjana Manajemen di Universitas Muhammadiyah Malang. Penulisan skripsi ini sebagai bentuk persembahan dan ungkapan terima kasih saya sebagai penulis kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan inspirasi selama proses penelitian penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Nazaruddin Malik, M.Si. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M selaku Dekan fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Dr. Nurul Asfiah, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Warsono, Drs., M.M. selaku dosen wali Manajemen kelas D angkatan 2020.
5. Dr. Muhammad Jihadi, M.Si. Sebagai dosen pembimbing I saya yang senantiasa membimbing saya dengan penuh kesabaran dan ketulusan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan penuh semangat, ikhlas, dan bahagia sehingga diberi kemudahan dalam mengerjakan penulisan skripsi.
6. Luqman Dzul Hilmi, S.E., M.BA. Sebagai dosen pembimbing II saya yang senantiasa selalu membimbing saya dengan penuh kesabaran, selalu memotivasi dan memberi semangat, dan selalu menyempatkan waktu nya untuk bimbingan sehingga penulis bisa cepat menyelesaikan skripsi dengan penuh semangat.
7. Terima kasih kepada seluruh Bapak/Ibu dosen beserta jajaran staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis, yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman yang bermanfaat bagi penulis, serta bisa membantu dalam

pengurusan administrasi selama masa perkuliahan sampai akhir penyusunan skripsi.

8. Terima kasih kepada Ibunda Siti Manisah. Beliau yang tidak pernah mengenal lelah, selalu mendo'akan untuk kesuksesan anaknya, selalu berusaha sepenuh hati dan tenaga untuk anak-anak nya, dan selalu memberikan motivasi tiada henti hingga penulis dapat menyelesaikan studinya sampai sarjana.
9. Terima kasih kepada Ayahanda Igit Setyono atas do'a dan dukungannya. Beliau selalu memberi nasehat-nasehat yang bermanfaat.
10. Adik ku tersayang yaitu Muhamad Wahyu Madani. Terima kasih atas kehadirannya karena memberikan semangat bagi penulis untuk segera menyelesaikan studi.
11. Terima kasih untuk keluarga, pasangan dan teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu per satu karena telah memberikan dukungan, hiburan dan motivasi, sehingga penulis dapat menyelesaikan studinya.
12. Dan yang terakhir, terima kasih kepada diri saya sendiri karena sudah berjuang dan berusaha keras sampai saat ini. Mampu melewati berbagai rintangan dan tidak memutuskan menyerah, sehingga dapat menyelesaikan dengan sebaik mungkin. Saya bisa kuat berkat do'a dan dukungan orangtua saya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan di masa mendatang. Kami berharap karya ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan memberikan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran. Akhir kata penulis berdo'a semoga Allah SWT selalu memberkati dan membimbing kita semua.

Malang, 7 Mei 2024
Penulis,

Amanda Novita Sari

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
ABSTRAK BERBAHASA INGGRIS	iv
ABSTRAK BERBAHASA INDONESIA.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
A. Penelitian Terdahulu	11
B. Tinjauan Teori	22
1. Kepuasan Pelanggan	22
2. Kualitas Pelayanan.....	24
3. Harga	25
4. Citra Merek.....	26
C. Kerangka Pikir dan Hipotesis.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Jenis Desain Penelitian.....	33
B. Populasi, Sampel dan <i>Sampling</i>	33
C. Definisi Operasional Variabel	34
D. Sumber Data.....	35
E. Teknik Pengumpulan Data	36
F. Uji Instrumen	38
1. Uji Validitas.....	38

2. Uji Reliabilitas	39
G. Teknik Analisis Data	40
H. Uji Asumsi Klasik	40
1. Uji Normalitas	40
2. Uji Heteroskedastisitas	41
3. Uji Multikolinearitas.....	41
I. Uji Hipotesis	42
1. Uji t.....	42
2. Uji Dominan	42
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	43
A. Deskripsi Perusahaan	43
1. Sejarah Umum Perusahaan.....	43
B. Deskripsi Responden.....	44
1. Berdasarkan Penggunaan dalam Sebulan dan Usia	44
2. Deskripsi Variabel Penelitian.....	46
C. Uji Instrumen.....	55
D. Uji Asumsi Klasik	58
E. Teknik Analisis Data	61
F. Uji Hipotesis	63
G. Pembahasan.....	66
1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan	66
2. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.....	67
3. Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan	67
4. Citra Merek Berpengaruh Dominan terhadap Kepuasan Pelanggan..	68
BAB V PENUTUP	70
A. Simpulan.....	70
B. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN.....	78

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu Terkait Variabel Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Harga dan Citra merek.....	11
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel dan Indikator	34
Tabel 3.2. Skala Likert	36
Tabel 3.3. Skor Rentang Skala	37
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan dalam Sebulan	44
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	45
Tabel 4.3. Tanggapan Responden terhadap Kualitas Pelayanan (X_1).....	46
Tabel 4.4. Tanggapan Responden terhadap Harga (X_2).....	49
Tabel 4.5. Tanggapan Responden terhadap Citra Merek (X_3).....	51
Tabel 4.6. Tanggapan Responden terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)	53
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Kualitas Pelayanan, Harga, dan Citra Merek	55
Tabel 4.8. Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner	57
Tabel 4.9. Hasil Uji Normalitas <i>One – Sample Kolmogorov – Smirnov Test</i>	58
Tabel 4.10. Hasil Uji Normalitas <i>One – Sample Kolmogorov – Smirnov Test</i> Metode Monte Carlo.....	58
Tabel 4.11. Hasil Uji Heteroskedastisitas	59
Tabel 4.12. Hasil Uji Multikolinearitas.....	60
Tabel 4.13. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	61
Tabel 4.14. Hasil Uji t (Parsial)	64
Tabel 4.15. Hasil <i>Standardized Coefficient Beta</i>	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Transportasi <i>Online</i> yang Digunakan Periode Agustus- September 2022	2
Gambar 1.2. Penilaian Pengguna Terhadap Kualitas Pelayanan Transportasi <i>Online</i> Maxim.....	4
Gambar 1.3. Penilaian Pengguna Terhadap Harga Transportasi <i>Online</i> Maxim.....	5
Gambar 1.4. Penilaian Pengguna Terhadap Citra Merek Transportasi <i>Online</i> Maxim.....	6
Gambar 2.1. Kerangka Pikir.....	27



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner	78
Lampiran 2. Uji Frekuensi Jawaban Responden.....	83
Lampiran 3. Uji Instrumen.....	87
Lampiran 4. Uji Asumsi Klasik	90
Lampiran 5. Uji Hipotesis	92



DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, A. D. (2014). *Manajemen Ekuitas Merek*. Mitra Utama.
- Ahdiat, A. (2022). *Layanan Transportasi Online yang Digunakan Responden (Agustus-September 2022)*. Databoks. Diakses pada 24 September 2023 dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/08/gojek-vs-grab-mana-yang-konsumennya-lebih-banyak>
- Alfian, R., & Gunadi, W. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Moda Transportasi Ojek Online (Studi Kasus pada Gojek/Go Ride di Kelurahan Halim Perdanakusuma, Jakarta Timur). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 11(2), 117–124. <https://doi.org/10.35968/m-pu.v11i2.693>
- APJII. (2022). *APJII di Indonesia Digital Outlook 2022*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). Diakses pada 18 September 2023 dari https://apjii.or.id/berita/d/apjii-di-indonesia-digital-outlook-2022_857
- Appliansyach, M. F., Sugiyo, Q. N., Maulana, D. B., & Sahara, S. (2023). Analisis Kepuasan Pengguna Transportasi Umum Ojek Online (Gojek) Melalui Instrumen Layanan. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 2(2), 140–148. <https://doi.org/https://doi.org/10.58192/ebismen.v2i2.817>
- Arikunto, S. (2008). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Arum, L. S., Zahrani, A., & Duha, N. A. (2023). Karakteristik Generasi Z Dan Kesiapannya Dalam Menghadapi Bonus Demografi 2030. *Accounting Student Research Journal*, 2(1), 59–72.
- Boimau, H., & Bessie, J. L. D. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online Grabbike. *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 14(2), 169–187. <https://doi.org/10.35508/jom.v14i2.4014>
- Chasanah, N. U., Ashlihah, A., & Firmansyah, K. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online Gojek (Studi Pada Mahasiswa Unwaha). *Izdihar: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(1), 52–72. <https://doi.org/10.32764/izdihar.v2i1.2553>
- Claresta, F., & Sitingjak, T. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online Grab Di Jakarta Utara.

- Jurnal Ilmiah Hospitality*, 11(2). <http://stp-mataram.e-journal.id/JIH>
- Damayanti, B. D., & Kusyana, D. N. B. (2023). *Pengaruh E-Service Quality, Harga, dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online*. 3(11), 2247–2260.
- Fraenkel, J. R., & Wallen, N. E. (2012). *How to Design and Evaluate Research in Education*. McGraw-Hill Higher Education.
- Francis, T., & Hoefel, F. (2018). “True Gen”: Generation Z and its implications for companies. *McKinsey & Company*, 10. Diakses pada 18 September 2023 dari <https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Industries/Consumer Packaged Goods/Our Insights/True Gen Generation Z and its implications for companies/Generation-Z-and-its-implication-for-companies.ashx>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gika, E. N. N., Hani, R. D., Zahra, D. A. A., Kholishah, A. N., & Maesaroh, S. S. (2023). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Konsumen Gojek di Tasikmalaya)*. 11(1), 18–28.
- Gofur, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37–44.
- Gunardi, C. G., & Erdiansyah, R. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Mangkok Ku. *Prologia*, 3(2), 456. <https://doi.org/10.24912/pr.v3i2.6387>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Irawan, H. (2008). *Sepuluh Prinsip Kepuasan Pelanggan*. PT. Elex Media Komputindo.
- Istijanto. (2005). *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principle Of Marketing*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kurniawati, W. ., Muchsin, S., & Suyeno. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Efisiensi Dan Harga Transportasi Berbasis Online Go-Jek Terhadap Kepuasan

- Masyarakat (Studi Kasus Pada Masyarakat Malang Raya). *Jurnal Respon Publik*, 13(4), 87–98.
- Kusuma, W., & Marlina, N. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Go-Jek Di Kota Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(2), 1174–1180.
- Mughni, A. Y., Amri, K. A., Ferdiansyah, R., & Digidowiseiso, K. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek Dan Persepsi Harga Kartu Prabayar Im3 Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Jakarta Pusat. *COSTING:Journal of Economic, Business and Accounting*, 6(2).
- Natasya, N., & Yudhira, A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Go-Ride di Gojek Pada Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tjut Nyak Dhien. 2(1), 128–145.
- Norrahmiati, Anwar, K., & Ernawati. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Generasi Z Untuk Menggunakan Kembali Aplikasi Transportasi Daring. *J-MKLI (Jurnal Manajemen Dan Kearifan Lokal Indonesia)*, 4(1), 44. <https://doi.org/10.26805/jmkli.v4i1.91>
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Media Sahabat Cendikia.
- Pontoh, B., Hermanto, B., & Apituley, J. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Grab (Studi pada Pelanggan GrabCar di Kec. Tombulu Kab. Minahasa). *Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(1), 1–15.
- Purnama, R. (2020). *Sempat Diblokir, Ojol Maxim Kembali Beroperasi di Indonesia*. CNN Indonesia. Diakses pada 24 September 2023 dari <https://www.cnnindonesia.com/otomotif/20200911192410-579-545512/sempat-diblokir-ojol-maxim-kembali-beroperasi-di-indonesia>
- Putri, N. A., Ngandoh, A. M., & Ilham, B. U. (2023). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Ojek Online Di Kalangan Mahasiswa Nobel. *Nobel Management Review*, 4(1), 157–169. <https://doi.org/10.37476/nmar.v4i1.3897>
- Rasjid, A., & Laksono, A. (2022). Pengaruh Persepsi Harga Dan Citra Merek

- Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Kasus Pelanggan Grab Di Kota Palembang). *Jurnal Manajemen*, 9(4), 1–16. <https://doi.org/10.36546/jm.v9i4.499>
- Rozi, F., & Sugiyono. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(10), 248.
- Santoso, T. B., Ambarwati, O. C., Nugroho, R. A., & Suharto, D. G. (2018). Reformasi Birokrasi Lintas Generasi pada Sektor Transportasi Publik (Studi Kasus Persepsi Generasi Y dan Z). *Spirit Publik: Jurnal Administrasi Publik*, 13(2), 27. <https://doi.org/10.20961/sp.v13i2.24868>
- Siagan, H., & Venny. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Pada Perusahaan Gojek Indonesia terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek (Studi kasus pada konsumen gojek pengguna layanan Goride pada Mahasiswa STIE Mikroskil). *Journal For Business And Entrepreneurship*, 5(3), 1–11.
- Simaremare, C. B., & Pudjoprastyono, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Grab di Sidoarjo. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5, 3034–3042. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v5i6.2775>
- Siregar, M. K. S. (2020). Pengaruh Citra Merk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Prima*, 1(2), 111–118. <https://doi.org/10.34012/jebim.v1i2.906>
- Sondakh, C. (2015). Kualitas Layanan, Citra Merek Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi Pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado). *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, vol.3, 19–32.
- Soromi, R. K., Pelleng, F. A. O., & Kalangi, J. A. F. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online GrabBike Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), 19. <https://doi.org/10.35797/jab.9.1.2019.23527.19-27>
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.

- Suharyadi, & Purwanto. (2009). *Statistik unuk Ekonomi dan Keuangan Modern* (2nd ed.). Salemba Empat.
- Teknologi Perdana Indonesia. (2024). *Tentang Perusahaan*. Diakses pada 26 Maret 2024 dari <https://id.taximaxim.com/id/2093-jakarta/about/>
- Tjiptono, F. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Andi.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan* (1st ed.). Andi.
- Tsalisa, R. A., Hadi, S. P., & Purbawati, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Maxim di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 822–829. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.35970>
- Umar, H. (2000). *Metodologi Penelitian, Aplikasi dalam Pemasaran*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Umar, H. (2001). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (1st ed.). PT.Raja Grafindo Persada.
- Umar, H. (2013). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis*. Rajawali.
- Wicaksono, A. H., & Lestari, B. (2022). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Ojek Online Grab. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 8(2), 277–282.
- Wijayanto, E. P., & Rozi, F. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Transportasi Online. *Ikon - Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 27(3), 235–250. <https://doi.org/10.37817/ikon.v27i3.2611>
- Zainuddin. (2020). *Layanan Maxim Tambah Cabang, Kini Hadir di Malang*. Suryamalang. Diakses pada 18 September 2023 dari <https://suryamalang.tribunnews.com/2020/02/04/layanan-maxim-tambah-cabang-kini-hadir-di-malang>

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online Maxim (Studi pada Generasi Z di Kota Malang)

ORIGINALITY REPORT

19% SIMILARITY INDEX	22% INTERNET SOURCES	21% PUBLICATIONS	12% STUDENT PAPERS
--------------------------------	--------------------------------	----------------------------	------------------------------

PRIMARY SOURCES

1	www.scribd.com Internet Source	1%
2	journal.universitasbumigora.ac.id Internet Source	1%
3	download.garuda.kemdikbud.go.id Internet Source	1%
4	eprints.umm.ac.id Internet Source	1%
5	etheses.iainponorogo.ac.id Internet Source	1%
6	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	1%
7	eprints.uny.ac.id Internet Source	1%
8	repository.trisakti.ac.id Internet Source	1%

repository.stei.ac.id

9	Internet Source	1 %
10	ejournal.upbatam.ac.id Internet Source	1 %
11	journal.undiknas.ac.id Internet Source	1 %
12	ejurnal-mapalus-unima.ac.id Internet Source	1 %
13	eprints.ums.ac.id Internet Source	1 %
14	www.mikroskil.ac.id Internet Source	1 %
15	jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id Internet Source	1 %
16	jurnal.unimus.ac.id Internet Source	1 %
17	repository.iainkudus.ac.id Internet Source	1 %
18	dspace.uii.ac.id Internet Source	1 %
19	Resky Eldiansyah, Emi Suwarni. "Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Hybrid	1 %

Toyota Kijang Innova Zenix", JURNAL
ADMINISTRASI BISNIS, 2023

Publication

20	Adelya Yahya Wijayanto, Zulfa Irawati. Jurnal Manajemen, 2024 Publication	1%
21	ejournal-s1.undip.ac.id Internet Source	1%
22	repository.unmuhjember.ac.id Internet Source	1%
23	eprints.undip.ac.id Internet Source	1%
24	ijler.umsida.ac.id Internet Source	1%

Exclude quotes On

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography On



Lembaga Informasi dan Publikasi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang
Tanda Terima Cek Plagiasi

Tanggal : 8/5/2024

Kode : 2373951763
Nama : Amanda Novita Sari
NIM : 202010160311220
Prodi : Manajemen
Naskah publikasi : **LULUS**
Penerjemah Abstrak : Selesai

Kepala LIP



Kenny Roz, S.Kom., M.M

