

ABSTRAK

Pertumbuhan layanan transportasi *online* di Indonesia telah mengalami perkembangan yang signifikan. Di Kota Bandung, Maxim menjadi salah satu penyedia layanan transportasi *online*. Kualitas layanan menjadi faktor kunci yang menentukan tingkat kepuasan pelanggan serta keberlanjutan bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana kualitas layanan memengaruhi kepuasan pelanggan pengguna Maxim di Kota Bandung.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 385 responden yang merupakan pengguna layanan Maxim. Variabel independen yang dikaji meliputi lima dimensi kualitas layanan berdasarkan model *SERVQUAL*, yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*, sementara kepuasan pelanggan menjadi variabel dependen.

Pengolahan data dilakukan menggunakan teknik regresi linear berganda dengan perangkat lunak SPSS. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh masing-masing dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial maupun simultan. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh dimensi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dimensi *responsiveness* memiliki pengaruh paling dominan dibandingkan dimensi lainnya. Penilaian pelanggan terhadap layanan Maxim secara keseluruhan berada dalam kategori “baik”, yang menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna merasa puas terhadap layanan yang diberikan.

Temuan ini memberikan implikasi praktis bagi perusahaan dalam merancang strategi peningkatan layanan yang lebih tepat sasaran. Maxim dapat meningkatkan loyalitas pelanggan sekaligus memperkuat posisi di pasar transportasi *online*.

Kata kunci: kepuasan pelanggan, kualitas layanan, Maxim, *SERVQUAL*, transportasi online.