

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Di era digital saat ini, kehidupan manusia semakin tidak bisa dilepaskan dari teknologi. Teknologi berperan sebagai alat yang memudahkan pemenuhan kebutuhan sehari-hari dan membantu menyelesaikan berbagai tugas dengan lebih efisien. Kehadirannya telah membawa peradaban manusia memasuki era digital, terutama dalam sektor transportasi dan layanan berbasis daring. Konsumen modern kini cenderung memilih kemudahan transaksi tanpa harus datang langsung ke lokasi penjual. Industri makanan, misalnya, mengalami pertumbuhan pesat berkat teknologi digital, termasuk media sosial, situs ulasan kuliner, aplikasi restoran, serta platform e-commerce seperti GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood. Platform-platform ini memungkinkan pengguna memesan makanan dari berbagai restoran, melakukan pembayaran digital, dan mendapatkan pengantaran melalui kurir.

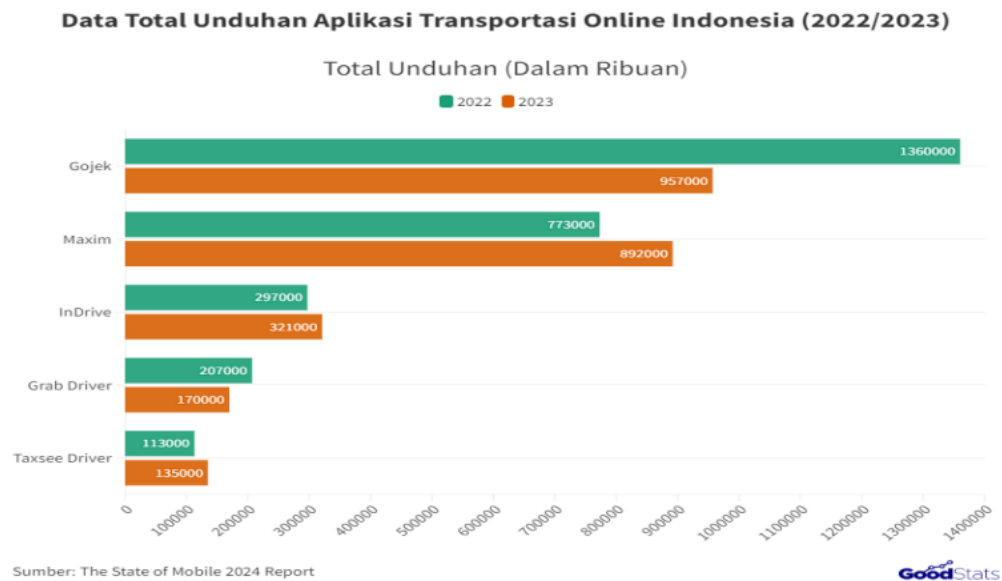
Salah satu contoh aplikasi yang merubah pola konsumsi ini adalah Maxim Food. Namun, sebagai pelanggan layanan pesan antar makanan, pengguna tetap harus berhati-hati, karena kesalahan pengiriman bisa saja terjadi. Misalnya, pesanan yang diterima tidak sesuai, makanan rusak, atau keterlambatan pengiriman. Hal ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor, seperti masalah yang dialami pengemudi saat perjalanan atau kurangnya ketelitian selama pengantaran, yang akhirnya membuat konsumen merasa dirugikan (Kristianingsih & Edastama,

2024).

Persaingan antar layanan pesan makanan di Indonesia, seperti GrabFood dan Maxim, semakin ketat. Kedua platform bersaing melalui harga yang kompetitif dan beragam promo untuk menarik pelanggan. GrabFood tetap menjadi pilihan utama karena ekosistemnya yang solid dan tarif pengiriman yang terjangkau, sedangkan Maxim hadir sebagai pemain baru dengan biaya pengiriman yang sangat murah sehingga diminati konsumen di berbagai wilayah. Persaingan harga ini, bagaimanapun, berdampak pada kesejahteraan mitra pengemudi, memicu protes nasional akibat tingginya potongan komisi dan berkurangnya insentif.

Selain itu, Maxim masih menghadapi tantangan terkait kualitas layanan. Beberapa pengguna menilai kecepatan pengantaran, ketepatan pesanan, dan variasi pilihan restoran masih terbatas dibandingkan platform lain. Hal ini wajar mengingat Maxim masih dalam tahap pengembangan dan membutuhkan waktu untuk memperluas kerja sama dengan merchant lokal.

Secara keseluruhan, perkembangan layanan pengantaran makanan dari Maxim mencerminkan perubahan signifikan di industri digital, di mana pengguna semakin terbuka terhadap alternatif baru yang menawarkan efisiensi biaya dan kemudahan. Kehadiran Maxim tidak hanya menambah variasi dalam ekosistem pesan antar makanan, tetapi juga menunjukkan bahwa inovasi dan kemampuan beradaptasi dapat menciptakan peluang baru di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.



Gambar 1. 1 Data Pengunduhan Aplikasi Transportasi Online Indonesia (2022/2023)

Aplikasi Maxim menunjukkan tren pertumbuhan yang positif dalam jumlah pengunduhannya di Indonesia antara tahun 2022 hingga 2023. Pada tahun 2022, total unduhan mencapai 773.000 kali, dan meningkat menjadi 892.000 kali pada tahun 2023. Hal ini berarti terjadi kenaikan sekitar 119.000 unduhan atau sekitar 15,4% dibandingkan tahun sebelumnya. Dari lima aplikasi transportasi online yang ditampilkan dalam grafik, Maxim menempati posisi kedua dengan jumlah unduhan terbanyak, hanya kalah dari Gojek. Pertumbuhan ini menandakan bahwa Maxim semakin diminati masyarakat, yang kemungkinan besar didorong oleh tarif yang kompetitif, layanan pengiriman yang tersedia, sistem penggunaan yang sederhana dan cepat, serta jangkauan operasional yang kian luas.

Berikut adalah tabel perbandingan biaya layanan pengantaran makanan dari empat platform: GoFood (Gojek), GrabFood (Grab), ShopeeFood (Shopee), dan MaximFood (Maxim):

Tabel 1. 1 Perbandingan Biaya Layanan Pengantaran Makanan

Platform	Biaya	Biaya Tambahan
GoFood	Rp 13.000	Jasa aplikasi: Rp 5.000 Biaya parkir: 2.000
GrabFood	Rp 11.000-13.000	Biaya pemesanan: Rp 3.000
ShoopeFood	Rp 13.000-15.000	Biaya layanan: 5.000
MaximFood	Rp 12.500	Biaya layanan: Rp 1.000

Sumber: App Store, diakses tahun 2025

Di era digital saat ini, gaya hidup masyarakat semakin bergantung pada teknologi, yang mempermudah berbagai aktivitas, termasuk transaksi dan layanan transportasi. Layanan pesan-antar makanan telah mengalami pertumbuhan signifikan dengan dukungan media digital, situs web, aplikasi ulasan, dan platform e-commerce seperti GoFood, GrabFood, ShopeeFood, maupun Maxim Food. Platform-platform ini memungkinkan konsumen memesan makanan dari restoran favorit dengan pembayaran digital dan pengiriman langsung.

Maxim Food menonjol karena menawarkan biaya pengiriman yang ekonomis, hanya Rp12.500 dengan tambahan biaya layanan Rp1.000, sehingga total hanya Rp13.500. Struktur harga yang sederhana ini dianggap transparan dan terjangkau oleh banyak konsumen, khususnya pelajar dan masyarakat menengah ke bawah, meskipun jarang menawarkan promo seperti pesaingnya. Keunggulan ini membuat persepsi harga konsumen terhadap layanan menjadi positif, meningkatkan kepuasan dan kepercayaan terhadap platform (Ali & Bhasin, 2019).

Selain harga, kualitas pengiriman menjadi faktor utama dalam kepuasan pelanggan. Sistem pengiriman Maxim Food dilakukan langsung oleh pengemudi dengan komunikasi langsung antara pelanggan dan pengemudi. Aspek seperti

kecepatan, ketepatan, dan tanggung jawab pengemudi menambah reliabilitas layanan. Meski sistem ini masih mengandalkan pengemudi individu tanpa pelacakan real-time, kualitas pengiriman tetap dinilai memuaskan bagi konsumen yang mengutamakan efisiensi dan biaya rendah (Harris & Soenhadji, 2022; Ali & Bhasin, 2019).

Kepuasan pelanggan muncul sebagai respons terhadap perbandingan antara ekspektasi awal dan pengalaman nyata saat menggunakan layanan. Faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan meliputi kualitas pengiriman, kecepatan layanan, transparansi harga, dan kemudahan penggunaan aplikasi. Kepuasan yang tinggi mendorong loyalitas pelanggan, yaitu keinginan kuat untuk tetap menggunakan layanan dan tidak beralih ke platform lain (Rahmayanti & Ekawati, 2021). Loyalitas ini penting bagi pertumbuhan perusahaan karena pelanggan yang loyal cenderung melakukan pembelian ulang, memberikan rekomendasi, dan membantu mempertahankan posisi pasar.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas layanan pengiriman dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas, baik secara parsial maupun simultan (Bunga Pertiwi dkk., 2022). Selain itu, kepuasan pelanggan juga dapat memediasi hubungan antara persepsi harga dan loyalitas, sehingga harga yang wajar dan transparan tetap menjadi faktor penting untuk membangun keterikatan pelanggan (Tholok dkk., 2023; Ashari dkk., 2023).

Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang lebih banyak meninjau layanan lain secara terpisah, penelitian ini memfokuskan pada aplikasi Maxim Food, menggabungkan variabel kualitas pengiriman dan persepsi harga sebagai

faktor independen, serta kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi terhadap loyalitas. Pendekatan ini menggunakan metode Partial Least Square (PLS) untuk menganalisis hubungan kausal dan efek mediasi secara simultan dalam konteks layanan pesan-antar makanan yang terus berkembang.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, peneliti berminat untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pengiriman Dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Menggunakan Maxim Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediasi”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pengiriman Maxim Food terhadap loyalitas pelanggan?
2. Bagaimana pengaruh persepsi harga di Maxim Food terhadap loyalitas pelanggan?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pengiriman Maxim Food terhadap kepuasan pelanggan?
4. Bagaimana pengaruh persepsi harga Maxim Food terhadap kepuasan pelanggan?
5. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan Maxim Food terhadap loyalitas pelanggan?
6. Bagaimana pengaruh kualitas pengiriman Maxim Food terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan?

7. Bagaimana pengaruh persepsi harga Maxim Food terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pengiriman Maxim Food terhadap loyalitas pelanggan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi harga Maxim Food terhadap loyalitas pelanggan.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pengiriman Maxim Food terhadap kepuasan pelanggan.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi harga di Maxim Food terhadap kepuasan pelanggan.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan di Maxim Food terhadap loyalitas pelanggan.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pengiriman terhadap loyalitas pelanggan Maxim Food melalui kepuasan pelanggan.
7. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan di Maxim Food melalui kepuasan pelanggan.

1.4 Manfaat penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini diharapkan berguna dan bermanfaat bagi semua pihak, adapun manfaat dari penelitian ini didasarkan pada teoritis dan praktis.

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan bahan pengembangan bagi peneliti selanjutnya, serta dijadikan referensi dalam penelitian yang membahas pengaruh kualitas pengiriman dan persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan pada layanan Maxim, dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi.

2. Manfaat Praktis

Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan dalam menerapkan teori-teori yang diperoleh selama perkuliahan ke dalam praktik kehidupan sehari-hari. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi dasar dalam pengambilan keputusan guna meningkatkan kualitas layanan serta menetapkan harga yang selaras dengan persepsi konsumen.