

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KUALITAS
INFORMASI, DAN KOMITMEN KONSUMEN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PADA JASA OJEK *ONLINE*
MAXIM
(Studi Pada Mahasiswa di DKI Jakarta)**



Nama : Anggia Gustin Khoirunnisa
Nim : 43121010070

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KUALITAS
INFORMASI, DAN KOMITMEN KONSUMEN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PADA JASA OJEK *ONLINE*
MAXIM**

(Studi Pada Mahasiswa di DKI Jakarta)

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana



Nama : Anggia Gustin Khoirunnisa
Nim : 43121010070

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Anggia Gustin Khoirunnisa

NIM : 43121010070

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 15 Februari 2025



Anggia Gustin Khoirunnisa
43121010070

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Anggia Gustin Khoirunnisa
NIM : 43121010070
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi, dan Komitmen Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Ojek Online Maxim (Studi Pada Mahasiswa di DKI Jakarta)
Tanggal Sidang : 06 Maret 2025

Disahkan oleh :

Pembimbing


Abdul Rahmat, S.E., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen

 UNIVERSITA
MERCU BUA 

Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA

Dudi Permana, Ph.D

LPTA-03254882



Scan QR or [click here](#) to
Verification

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengeksplorasi dampak dari kemudahan penggunaan, kualitas informasi, serta komitmen konsumen terhadap loyalitas pelanggan pada layanan ojek *online* Maxim. Subjek yang menjadi fokus dalam studi ini adalah mahasiswa yang tinggal di DKI Jakarta dan menggunakan ojek *online* Maxim, dengan total responden sebanyak 140 orang, yang ditentukan melalui teknik sampling menurut Hair, et., al. Pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan metode *purposive sampling*, dengan pendekatan kuantitatif. Data dikumpulkan dengan cara menyebarkan kuesioner dalam format Google Form. Analisis data dilakukan menggunakan teknik *Partial Least Square* (PLS). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuktikan bahwa Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi, dan Komitmen Konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loaylitas Pelanggan pada layanan ojek *online* Maxim.

Kata Kunci : Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi, Komitmen Konsumen, Loyalitas Pelanggan



ABSTRACT

This study aims to explore the impact of ease of use, information quality, and consumer commitment on customer loyalty to Maxim's online motorcycle taxi service. The subjects that are the focus of this study are students who live in DKI Jakarta and use Maxim online motorcycle taxis, with a total of 140 respondents, which are determined through sampling techniques according to Hair, et. al. Sampling in this study was conducted using purposive sampling method, with a quantitative approach. Data was collected by distributing questionnaires in Google Form format. Data analysis was carried out using the Partial Least Square (PLS) technique. The purpose of this study is to prove that Ease of Use, Information Quality, and Consumer Commitment have a positive and significant influence on Customer Loyalty on Maxim online motorcycle taxi services.

Keywords: Ease of use, Information Quality, Customer Commitment, Customer Loyalty



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan Rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kemudahan, Kualitas Informasi, dan Komitmen Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Ojek Online (Maxim Studi Pada Mahasiswa di DKI Jakarta)”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan Bapak Abdul Rahmat, S.E., M.M, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M. Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, Ph.D, selaku Ketua Program Studi S-1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE., M.Si, selaku dosen mata kuliah metodologi penelitian.
5. Seluruh dosen dan staf Program Studi S-1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
6. Kedua orang tua dan kakak laki-laki tercinta yang sudah ikut berjuang dalam kelancaran proses pendidikan penulis selama ini. Terima kasih atas setiap tetes keringat yang telah tumpah demi memberikan dan mempercayakan pendidikan yang tinggi kepada penulis.
7. Teman-teman kecil penulis, teman SMP, SMA, dan teman seperjuangan saat kuliah, yang sudah berbaik hati untuk saling memberikan semangat dan dukungan satu sama lain selama proses mengejar pendidikan ini.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 15 Februari 2025



Anggia Gustin Khoirunnisa
43121010070

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
 BAB I PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Tujuan Penelitian	13
D. Kontribusi Penelitian	14
 BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	 15
A. Kajian Pustaka	15
1. Loyalitas Pelanggan	15
a. Definisi Loyalitas Pelanggan	15
b. Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan	16
c. Dimensi Loyalitas Pelanggan	17
2. Kemudahan Penggunaan	18
a. Definisi Kemudahan Penggunaan	18
b. Faktor Yang Mempengaruhi Kemudahan Penggunaan	19
c. Dimensi Kemudahan Penggunaan	20
3. Kualitas Informasi	21
a. Definisi Kualitas Informasi	21
b. Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Informasi	21
c. Dimensi Kualitas Informasi	23
4. Komitmen Pelanggan	27
a. Definisi Komitmen Pelanggan	27
b. Faktor Yang Mempengaruhi Komitmen Pelanggan	28
c. Dimensi Komitmen Pelanggan	30
5. Penelitian Terdahulu	31
B. Pengembangan Hipotesis	40
1. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Loyalitas Pelanggan	40
2. Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Loyalitas Konsumen	41
3. Pengaruh Komitmen Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	41
 BAB III METODE PENELITIAN	 43

A. Waktu dan Tempat Penelitian	43
B. Desain Penelitian	43
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	43
1. Definisi Variabel	43
2. Operasionalisasi Variabel	45
D. Skala Pengukuran Variabel	47
E. Populasi dan Sampel	48
1. Populasi	48
2. Sampel	49
F. Metode Pengumpulan Data	51
G. Metode Analisis Data	52
1. Analisis Deskriptif	52
2. Uji Instrumen	54
3. Analisis Partial Least Square (PLS)	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	59
A. Analisis Deskriptif	59
1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	59
2. Deskriptif Responden	60
3. Deskriptif Variabel	62
B. Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS)	71
1. Hasil Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	71
2. Hasil Pengujian Model Pengukuran (<i>Inner Model</i>)	77
C. Pembahasan Hasil Penelitian	81
1. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Loyalitas Pelanggan	81
2. Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Loyalitas Pelanggan	82
3. Pengaruh Komitmen Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan	83
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	84
A. Simpulan	84
B. Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN	90

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1. 1	Jumlah Pengguna Kendaraan di DKI Jakarta	2
1. 2	Hasil Pra Survei Loyalitas Pelanggan Maxim	6
1. 3	Hasil Pra Survei	8
2. 1	Penelitian Terdahulu	31
3. 1	Operasionalisasi Variabel	46
3. 2	Alternatif Jawaban Responden Skala Likert	49
4. 1	Deskriptif Responden Berdasarkan Usia	60
4. 2	Deskriptif Responden Berdasarkan Pekerjaan	61
4. 3	Deskriptif Responden Berdasarkan Wilayah Instansi	61
4. 4	Deskriptif Responden Berdasarkan Pernah atau Sering Menggunakan Maxim	61
4. 5	Deskriptif Variabel Kemudahan Penggunaan	62
4. 6	Deskriptif Variabel Kualitas Informasi	64
4. 7	Deskriptif Variabel Komitmen Konsumen	66
4. 8	Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan	68
4. 9	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	71
4. 10	Hasil pengujian <i>Discriminant Validity (Heterotrait-Monotrait Ratio)</i>	73
4. 11	Hasil pengujian <i>Discriminant Validity (Fornell Larcker Criterion)</i>	74
4. 12	Hasil pengujian <i>Discriminant Validity (Cross Loadings)</i>	74
4. 13	Hasil pengujian <i>Discriminant Validity (Composite Reliability)</i>	76
4. 14	Hasil pengujian <i>R-Square</i>	77
4. 15	Hasil pengujian <i>f-square</i>	78
4. 16	<i>Q² Predictive Relevance</i>	78
4. 17	Hasil Uji Hipotesis	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1. 1	Data Pengguna Transportasi Ojek <i>Online</i>	3
1. 2	Pengguna Maxim di Indonesia	4
2. 1	Kerangka Konseptual	42
4. 1	Hasil Alghorithma PLS	71
4. 2	Hasil Pengujian <i>Bootstrapping</i>	79



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Penelitian	91
2	Data Personal Responden Pra Survei	93
3	Pernyataan Data Pra Survei	93
4	Data Personal Responden	95
5	Pertanyaan Data Peneliti	96
6	Hasil Kuesioner	104
7	Deskriptif Responden	118
8	Deskriptif Variabel	119
9	Hasil Uji <i>Smart</i> PLS	121
10	Hasil Uji Turnitin	128

