

Pengaruh Harga dan Kemudahan Akses Terhadap Penggunaan Aplikasi Maxim Transpostasi Online di Kota Prabumulih

Alifiah Putri Esna¹, Yudi Tusri², Desliana³

Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Prabumulih

Email: alifiahesna03@gmail.com¹, yuditusri1@gmail.com², deslianaiwan62@gmail.com³

Abstrak

Penelitian ini ingin mengukur seberapa besar harga dan kemudahan akses berpengaruh terhadap keputusan warga Kota Prabumulih untuk menggunakan aplikasi transportasi online Maxim. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif sebagai metode dari kuantitatif untuk menggambarkan hubungan antar variabel menggunakan data yang diuji secara statistik. Dengan menggunakan teknik pengambilan *Accidental Sampling*, 96 orang menjadi sampel. Tujuan kuesioner adalah untuk mengumpulkan informasi dan dijawab langsung dan kemudian dianalisa menggunakan SPSS versi 26. Temuan utama menunjukkan bahwa kedua Faktor harga dan kemudahan akses berpengaruh secara signifikan dan positif penggunaan aplikasi Maxim, baik secara bersamaan maupun terpisah. Nilai koefisien determinasi 0,493 mengindikasikan bahwa 49,3% variasi keputusan menggunakan Maxim dapat dijelaskan oleh variasi harga dan kemudahan akses yang diuji.

Kata kunci: Harga, Kemudahan Akses, Penggunaan Aplikasi, Aplikasi Maxim, Transportasi Online.

Abstract

This study aims to measure how much price and ease of access influence the decision of Prabumulih City residents to use the Maxim online transportation application. This study uses a descriptive approach as a quantitative method to describe the relationship between variables using statistically tested data. By using the Accidental Sampling technique, 96 people were sampled. The purpose of the questionnaire was to collect information and was answered directly and then analyzed using SPSS version 26. The main findings show that both price and ease of access factors have a significant and positive influence on the use of the Maxim application, both simultaneously and separately. The coefficient of determination value of 0.493 indicates that 49.3% of the variation in the decision to use Maxim can be explained by the variations in price and ease of access tested.

Keywords: Price, Ease of Access, Application Usage, Maxim Application, Online Transportation.

PENDAHULUAN

Saat ini Perubahan signifikan telah dibawa oleh kemajuan teknologi. dalam berbagai sektor, termasuk industri transportasi. Salah satu inovasi yang muncul adalah layanan transportasi online, yang kini menjadi solusi populer di tengah mobilitas masyarakat modern. Aplikasi Maxim, Maxim didirikan di Rusia pada 2003 dan mulai berekspansi ke Indonesia pada 2018, menawarkan layanan transportasi online dengan harga kompetitif dan kemudahan penggunaan aplikasi. Masuk ke Kota Prabumulih sekitar Juli 2023, Maxim hadir untuk

memenuhi kebutuhan transportasi yang praktis dan terjangkau di tengah keterbatasan transportasi umum. Dengan fokus pada tarif ekonomis dan akses mudah melalui aplikasi, Maxim berhasil menarik minat masyarakat, menjadikannya pilihan alternatif yang bersaing dengan penyedia layanan transportasi online lainnya di Kota Prabumulih

Namun, meskipun potensi pasar transportasi online di Prabumulih cukup besar, beberapa faktor penting seperti harga dan kemudahan akses masih menjadi penentu utama dalam penggunaan layanan ini. Harga yang terjangkau dapat meningkatkan daya tarik layanan Maxim, terutama di tengah kondisi ekonomi masyarakat yang beragam. Di sisi lain, kemudahan akses, baik dalam hal penggunaan aplikasi maupun ketersediaan layanan di berbagai lokasi, juga mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan aplikasi tersebut.

Harga memegang peranan kunci dalam strategi pemasaran dan sering kali menjadi faktor penentu saat konsumen memutuskan untuk membeli. Di industri transportasi online, harga menjadi aspek yang sangat kompetitif, mengingat banyaknya penyedia layanan yang menawarkan berbagai macam tarif dan diskon untuk menarik pelanggan. Bagi pengguna yang sensitif terhadap harga, tarif yang lebih rendah dapat menjadi daya tarik utama dalam memilih suatu aplikasi transportasi online. Di Kota Prabumulih, harga menjadi pertimbangan utama bagi masyarakat dalam menggunakan layanan transportasi online karena sebagian besar pengguna memiliki tingkat pendapatan yang beragam. Dalam situasi ekonomi yang berfluktuasi, masyarakat cenderung mencari layanan yang lebih terjangkau untuk menghemat biaya transportasi sehari-hari. Maxim yang dikenal dengan tarifnya yang kompetitif, berpotensi untuk menarik lebih banyak pengguna jika mampu menawarkan harga yang lebih rendah dibandingkan pesaingnya.

Kemudahan akses merupakan faktor lain yang sangat mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan aplikasi transportasi online. Kemudahan akses mencakup beberapa aspek, seperti kemudahan dalam mengunduh aplikasi, mendaftar, memesan transportasi, serta opsi pembayaran yang mudah. Konsumen cenderung lebih menyukai aplikasi yang *user-friendly* dan dapat dioperasikan tanpa mengalami banyak kendala. Keberadaan aplikasi transportasi online yang mudah diakses sangat membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan mobilitas. Maxim sebagai salah satu penyedia layanan di Prabumulih, harus memastikan bahwa aplikasinya dapat memenuhi ekspektasi pengguna dalam hal kemudahan akses agar dapat bersaing dengan aplikasi lain.

Komunitas di Kota Prabumulih beraneka, mencakup beragam kelompok etnis. Dengan populasi sekitar 211.395 jiwa dan kepadatan 490 jiwa per km², interaksi di antara aplikasi angkutan daring harus ditingkatkan agar lebih efisien. Oleh karena itu, analisis bagaimana harga dan kemudahan akses berpengaruh terhadap pilihan konsumen saat memanfaatkan Maxim menjadi langkah krusial, terutama bagi perusahaan yang berupaya merumuskan taktik jitu untuk memperbesar proporsi pasar. Penelitian ini bertujuan untuk mendalami kontribusi biaya dan kepraktisan penggunaan aplikasi Maxim di Prabumulih terhadap tingkat adopsinya. Melalui kajian ini, diharapkan dihasilkan rekomendasi yang mampu memperkuat daya saing dan memperlebar penetrasi Maxim di kota tersebut.

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian Pengaruh Harga Dan Kemudahan Akses Terhadap Penggunaan Aplikasi Maxim Transportasi Online Di Kota Prabumulih ini adalah dengan metode kuantitatif.

Jenis Penelitian

Penelitian ini memanfaatkan informasi statistik yang telah diperiksa dan ditampilkan dalam bentuk narasi atau penjelasan tertulis, oleh karena itu, rancangan yang diterapkan adalah rancangan kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Melalui pendekatan ini, karakteristik setiap data disajikan secara sistematis dan faktual, berdasarkan hasil pengujian yang diterapkan pada setiap variabel yang diteliti.

Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dimulai pada tanggal 15 Agustus. 2024 hingga Juli 2025, sampai seluruh data yang dibutuhkan terkumpul secara lengkap dan siap dianalisis. Tempat penelitian berada di Kantor Maxim yang beralamat di Jl. H. Abdul Rozak No. 2182, Kelurahan 2 Ilir, Kecamatan Ilir Timur II, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30163..

Sampel dan Populasi

Populasi dalam penelitian ini meliputi semua pengguna aplikasi Maxim di Kota Prabumulih dari 1 Februari 2025 hingga 30 Maret 2025, dengan jumlah yang tidak dapat dipastikan. Sampel penelitian terdiri dari pengguna layanan transportasi online Maxim di wilayah Kota Prabumulih.

Penelitian ini menggunakan metode *Accidental Sampling*, yaitu memilih responden yang kebetulan tersedia atau mudah dijangkau, tanpa menerapkan kriteria khusus. Metode ini diterapkan karena sampel harus terdiri dari pengguna aplikasi Maxim yang aktif selama periode penelitian.

Sumber Data

Data primer dan sekunder adalah dua jenis data yang digunakan dalam penelitian ini. Akses langsung ke data primer dilakukan dari para responden mengenai variabel yang diteliti. Di sini, data primer dikumpulkan melalui angket atau survei kuesioner yang dikirimkan kepada responden. Sementara itu, data sekunder meliputi informasi yang diperoleh dari kajian pustaka, mencakup peraturan perundang-undangan, dokumen, surat, laporan, media, dan informasi lain yang relevan dengan masalah yang sedang diteliti. Dalam penelitian ini, data sekunder dikumpulkan dengan cara yang tidak terlihat oleh peneliti melalui studi literatur, kemudian dibandingkan dengan hasil-hasil studi yang sudah ada.

Metode Pengumpulan Data

Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data dalam format kuesioner tertulis. yang disusun sistematis dan disebar kepada responden untuk diisi secara mandiri. Selain itu, teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi digunakan untuk mendukung pengumpulan dan analisis data dari kuesioner, memberikan data yang lebih menyeluruh dan dapat diandalkan tentang fenomena yang dikaji.

Metode Analisis Data

Para peneliti menggunakan analisis statistik yang dipadukan dengan metode kuantitatif dalam penelitian mereka. *IBM SPSS Statistics 26* digunakan untuk memproses semua data yang terkumpul. Untuk memastikan instrumen yang digunakan andal, uji validitas dan reliabilitas dilakukan di awal analisis terbukti layak. Setelah itu, pemeriksaan asumsi klasik dilakukan: normalitas untuk melihat pola distribusi data, multikolinearitas guna mengecek hubungan antar variabel independen, dan heteroskedastisitas untuk memastikan kelayakan variabel sisa. Berdasarkan hasil pemeriksaan ini, analisis berlanjut

dengan regresi berganda yang mengevaluasi pengaruh harga dan kemudahan akses terhadap penggunaan aplikasi Maxim. Uji t diterapkan untuk mengukur signifikansi masing-masing variabel independen, sementara Uji F menilai pengaruh simultan setiap variabel. Tingkat pengaruh faktor-faktor ini terhadap varians variabel dependen ditunjukkan oleh koefisien determinasi (R^2).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Studi ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana harga dan kemudahan akses memengaruhi penggunaan aplikasi transportasi Maxim oleh warga Prabumulih. Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data dari 96 responden, yang mewakili pengguna aktif aplikasi Maxim. Karakteristik tersebut antara lain dominasi perempuan (69,79%), berusia di bawah 20 tahun (73,96%), menjadi pelajar (86,46%), dan berpenghasilan kurang dari Rp 1.000.000 (73,96%).

IBM SPSS Statistics 26 kemudian digunakan untuk melakukan analisis kuantitatif terhadap data yang terkumpul. Untuk memastikan bahwa setiap item kuesioner dapat mengukur konstruk variabel yang ditentukan, uji validitas dilakukan sebelum proses analisis dimulai. Penelitian berlanjut ke tahap berikutnya ketika pernyataan-pernyataan tersebut dianggap valid. Berikut adalah uji validitasnya:

Tabel 1
Hasil Uji Validitas Harga

Variabel	Item pernyataan	r hitung	r tabel	keterangan
Harga (X ₁)	X _{1.1}	0,630	0.207	Valid
	X _{1.2}	0,333	0.207	Valid
	X _{1.3}	0,508	0.207	Valid
	X _{1.4}	0,636	0.207	Valid
	X _{1.5}	0,403	0.207	Valid
	X _{1.6}	0,313	0.207	Valid
	X _{1.7}	0,617	0.207	Valid
	X _{1.8}	0,553	0.207	Valid
	X _{1.9}	0,450	0.207	Valid
	X _{1.10}	0,497	0.207	Valid

Sumber: data yang diolah, 2025 (spss 26)

Tabel 2
Hasil Uji Validitas Kemudahan Akses

Variabel	Item Pernyataan	r hitung	r tabel	keterangan
Kemudahan Akses (X ₂)	X _{2.1}	0,672	0.207	Valid
	X _{2.2}	0,626	0.207	Valid
	X _{2.3}	0,617	0.207	Valid
	X _{2.4}	0,554	0.207	Valid
	X _{2.5}	0,391	0.207	Valid
	X _{2.6}	0,516	0.207	Valid
	X _{2.7}	0,643	0.207	Valid
	X _{2.8}	0,594	0.207	Valid
	X _{2.9}	0,490	0.207	Valid
	X _{2.10}	0,450	0.207	Valid

Sumber: data yang diolah, 2025 (spss 26)

Tabel 3
Hasil Uji Validitas Penggunaan Aplikasi

Variabel	Item Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	keterangan
Penggunaan Aplikasi (Y)	Y.1	0,403	0.207	Valid
	Y.2	0,611	0.207	Valid
	Y.3	0,624	0.207	Valid
	Y.4	0,561	0.207	Valid
	Y.5	0,664	0.207	Valid
	Y.6	0,470	0.207	Valid
	Y.7	0,667	0.207	Valid
	Y.8	0,554	0.207	Valid
	Y.9	0,553	0.207	Valid
	Y.10	0,505	0.207	Valid

Sumber: data yang diolah, 2025 (spss 26)

Hasilnya menunjukkan bahwa semua item pada variabel harga, kemudahan akses, dan penggunaan aplikasi dianggap valid karena nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,207).

Selanjutnya dilakukan uji reliabilitas untuk mengukur konsistensi instrumen, sebagai berikut:

Tabel 4
Hasil Uji Reliabilitas Harga (X₁)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,650	10

Sumber: data yang diolah, 2025 (spss 26)

Tabel 5
Hasil Uji Reliabilitas Kemudahan Akses (X₂)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,750	10

Sumber: data yang diolah, 2025 (spss 26)

Tabel 6
Hasil Uji Reliabilitas Penggunaan Aplikasi (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,757	10

Sumber: data yang diolah, 2025 (spss 26)

Instrumen reliabilitas ditunjukkan fakta bahwa semua variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,60.

Kemudian dilakukan uji asumsi klasik guna memastikan kelayakan model regresi.

Tabel 7

Hasil Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,05990951
Most Extreme Differences	Absolute	,056
	Positive	,043
	Negative	-,056
Test Statistic		,056
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

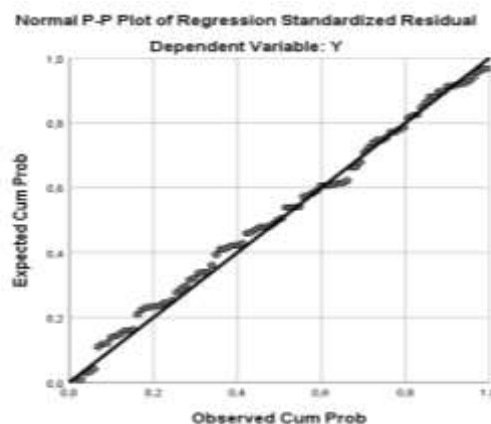
d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: data yang diolah, 2025 (spss 26)

Data residual terdistribusi normal, sesuai dengan nilai signifikansi 0,200 yang diperoleh melalui uji *normalitas Kolmogorov-Smirnov*.

Gambar 1

Hasil Normalitas



Sumber: data yang diolah, 2025 (spss 26)

Hal ini menunjukkan bahwa data residual terdistribusi dengan baik karena titik-titik residual tersebar di sekitar garis diagonal. Asumsi normalitas model regresi telah terpenuhi karena pola ini tidak menunjukkan penyimpangan yang jelas dari distribusi normal.

Tabel 8
Hasil Multikolineritas
Coefficients^a

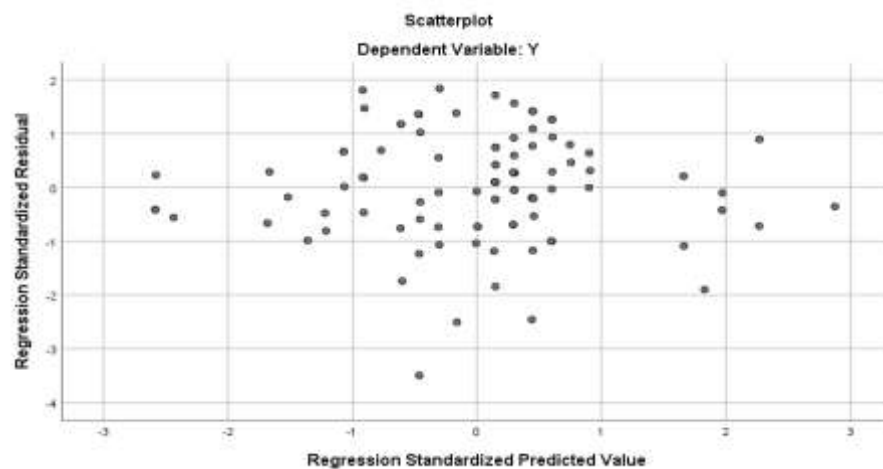
Model		Collinearity Statistics	VIF
		Tolerance	
1	X1	,734	1,362
	X2	,734	1,362

a. Dependent Variable: Y

Sumber: data yang diolah, 2025 (spss 26)

Uji multikolineritas menampilkan nilai *VIF* kedua variabel independen di bawah 10, tepatnya 1,362, sehingga tidak ditemukan indikasi multikolineritas.

Gambar 2
Hasil Heteroskedastisitas



Sumber: data yang diolah, 2025 (spss 26)

Selain itu, analisis terhadap residual menunjukkan bahwa tidak ada pola pada distribusi acak titik sisa di sekitar garis nol. Sebaran tersebut membuktikan bahwa model regresi terbebas dari gejala heteroskedastisitas. Dengan kata lain, model ini dapat dianggap memenuhi asumsi homoskedastisitas, yang menyatakan bahwa varians residual tidak berubah selama perjalanan data.

Kemudian dilanjutkan analisis regresi linier berganda untuk mengukur besarnya dampak yang diberikan variabel bebas dan harga terhadap variabel kepuasan konsumen terikat kepuasan konsumen. Bentuk persamaan regresi linear berganda pada penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Tabel 9
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a							
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model	B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1(Constant)	2,305	3,817		,604	,547		
X1	,472	,100	,402	4,712	,000	,734	1,362
X2	,463	,096	,413	4,846	,000	,734	1,362

a. Dependent Variable: y

Sumber: data yang diolah, 2025 (spss 26)

$$Y = 3,817 + 0,402X_1 + 0,413X_2 + e$$

Analisis regresi linier memperlihatkan bahwa kedua Variabel dependen dipengaruhi secara signifikan oleh faktor independen. Koefisien regresi untuk harga (X1) dan kemudahan akses (X2) masing-masing diperoleh sebesar 0,402 dan 0,413, keduanya bersifat positif dan signifikan pada tingkat signifikansinya adalah 0,0000, yang lebih kecil dari 0,05. Temuan ini menunjukkan bahwa strategi penetapan harga yang digunakan kompetitif dan memperlancar akses penggunaan aplikasi tanpa kendala teknis akan mendorong semakin banyak pengguna Maxim di Prabumulih.

Setelah itu, pengujian hipotesis dilanjutkan dengan uji t dan uji F. Uji t bersifat parsial, bertujuan untuk mengukur kontribusi masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara terpisah. Melalui uji ini, jelas tampak bahwa setiap variabel independen mampu memberikan sumbangan yang signifikan dalam model regresi yang terbentuk

Tabel 10
Hasil Uji t (Parsial)

Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1(Constant)	2,305	3,817		,604	,547		
X1	,472	,100	,402	4,712	,000	,734	1,362
X2	,463	,096	,413	4,846	,000	,734	1,362

a. Dependent Variable: Y

Sumber: data yang diolah, 2025 (spss 26)

Uji t (uji parsial) memperkuat temuan ini, di mana Nilai t_{hitung} variabel harga (4,712) dan variabel kemudahan akses (4,846) lebih tinggi dari nilai t_{tabel} 1,985, sehingga hipotesis pertama dan kedua diterima.

Tabel 11
Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	
1 Regression	902,000	2	451,000	47,154	,000 ^b	
Residual	889,489	93	9,564			
Total	1791,490	95				

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X₂, X₁

Sumber: data yang diolah, 2025 (spss 26)

Faktor harga dan kemudahan akses keduanya secara signifikan memengaruhi penggunaan aplikasi Maxim, menurut uji F (uji simultan). Hal ini ditunjukkan oleh nilai F_{hitung} sebesar 47,154, yang signifikansinya sebesar 0,000 (<0,05) dan jauh lebih tinggi daripada F_{tabel} sebesar 3,94. Oleh karena itu, model regresi secara keseluruhan signifikan dan sesuai untuk menjelaskan hubungan antara variabel independen dan dependen.

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui sejauh mana variabel harga (X₁) dan kemudahan akses (X₂) secara bersamaan mempengaruhi penggunaan aplikasi Maxim (Y).

Tabel 12
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,710 ^a	,503	,493	3,09264

a. Predictors: (Constant), X₂, X₁

b. Dependent Variable: Y

Sumber: data yang diolah, 2025 (spss 26)

Berdasarkan nilai koefisien determinasi (*Adjusted R²*) sebesar 0,493, maka kedua variabel tersebut menjelaskan sebesar 49,3% variasi penggunaan aplikasi Maxim, sedangkan sisanya sebesar 50,7% dijelaskan oleh variabel yang tidak termasuk dalam penelitian ini, seperti promosi, kualitas layanan, fitur teknologi, dan faktor eksternal lainnya.

Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa strategi penetapan harga yang terjangkau serta antarmuka aplikasi yang mudah diakses menjadi faktor kunci dalam keputusan masyarakat Prabumulih untuk menggunakan layanan transportasi online Maxim. Dapat dijabarkan sebagai berikut:

Pengaruh Harga terhadap Penggunaan Aplikasi Maxim

Berdasarkan hasil penelitian, koefisien regresi X₁ (harga) adalah 0,402 satuan, yang menunjukkan bahwa jika variabel harga naik satu satuan, maka harga akan naik sebesar 0,402. Hal ini mendukung hipotesis pertama (H₁) yang menyatakan bahwa (X₁) berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi (Y). Variabel penggunaan aplikasi (Y) sedikit dipengaruhi oleh variabel harga (X₁). Hasil uji-t variabel harga menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dan positif antara variabel harga (X₁) terhadap penggunaan aplikasi (Y), sebagaimana ditunjukkan oleh nilai t_{hitung} (4,712) > t_{tabel} (1,985) dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05.

Pengaruh Kemudahan Akses terhadap Penggunaan Aplikasi Maxim

Berdasarkan hasil penelitian, hipotesis kedua (H₂) menyatakan bahwa (X₂) memengaruhi penggunaan aplikasi (Y). Koefisien regresi X₂ (kemudahan akses) sebesar 0,413 satuan, yang menunjukkan bahwa jika variabel kemudahan akses naik satu satuan, maka promosi akan meningkat sebesar 0,413. Variabel kemudahan akses (X₂) memiliki pengaruh secara parsial dengan variabel penggunaan aplikasi (Y) Berdasarkan hasil uji t pada variabel kemudahan akses diperoleh diperoleh t_{hitung} (4,846) > t_{tabel} (1,985) dengan nilai signifikan 0,000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan ada pengaruh positif dan signifikan pada variabel harga (X₂) terhadap penggunaan aplikasi (Y).

Pengaruh Harga dan Kemudahan Akses secara Simultan terhadap Penggunaan Aplikasi

Dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($47,154 > 394$) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, hasil uji F menunjukkan bahwa variabel harga (X_1) dan kemudahan akses (X_2) secara bersamaan memiliki dampak yang signifikan terhadap pemanfaatan aplikasi. Hal ini menunjukkan bahwa faktor harga (X_1) dan kemudahan akses (X_2) secara bersamaan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap pemanfaatan aplikasi (Y).

Koefisien determinasi dengan *Adjusted R Square* sebesar 0,493, variabel harga (X_1) dan kemudahan akses (X_2) secara bersama-sama memengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 0,493, atau 49,3%, sementara faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini menyumbang 50,7% sisanya.. Adapun faktor lain yang kemungkinan besar berkontribusi terhadap penggunaan aplikasi meliputi kualitas aplikasi, promosi dan pelayanan. Faktor-faktor ini memiliki potensi yang signifikan dalam mendorong atau menghambat keputusan pengguna dalam menggunakan aplikasi, sehingga dapat diperhitungkan untuk penelitian selanjutnya.

KESIMPULAN

Harga memiliki dampak positif dan signifikan terhadap penggunaan aplikasi Maxim. Nilai t_{hitung} berdasarkan hasil uji t adalah 4,712, dengan nilai signifikansi $0,000 (< 0,05)$. Hal ini menunjukkan bahwa biaya yang diberikan oleh aplikasi Maxim merupakan penentu signifikan keputusan pengguna untuk menggunakan layanan tersebut. Persepsi responden terhadap harga cenderung positif, yang tercermin dari rata-rata tanggapan sebesar 3,85 (kategori baik). Harga yang terjangkau, transparan, dan sesuai dengan kualitas layanan memberikan keyakinan kepada pengguna untuk terus menggunakan aplikasi.

Kemudahan akses memiliki dampak yang baik dan signifikan terhadap penggunaan aplikasi Maxim. Hasil uji t menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 4,846 dengan signifikansi sebesar $0,000 (< 0,05)$, yang berarti bahwa kemudahan akses sangat menentukan tingkat penggunaan aplikasi. Ketika ditanya mengenai variabel ini, jawaban yang umum diberikan responden adalah 3,97, menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa aplikasi mudah digunakan. Fitur-fitur yang ramah pengguna (*user-friendly*), sistem navigasi yang jelas, dan kecepatan akses layanan menjadi faktor penting yang meningkatkan kenyamanan pengguna.

Harga dan kemudahan akses memiliki dampak yang signifikan terhadap penggunaan aplikasi Maxim secara bersamaan. Nilai F_{hitung} sebesar 47,154 dengan tingkat signifikansi $0,000$ ditampilkan dalam hasil uji F. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi Maxim dipengaruhi secara signifikan oleh kedua variabel independen harga dan kemudahan akses secara bersamaan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan aplikasi. Ini menunjukkan bahwa kombinasi dari faktor harga dan aksesibilitas menciptakan nilai lebih bagi pengguna dalam memilih aplikasi transportasi daring seperti Maxim. Dan koefisien Harga dan kemudahan akses menyumbang 49,3% variasi penggunaan aplikasi, berdasarkan R^2 sebesar 0,493. Sisanya, 50,7%, dipengaruhi oleh variabel yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Faktor-faktor tersebut dapat mencakup kualitas layanan pengemudi, kecepatan layanan, ketersediaan armada, fitur keamanan dalam aplikasi, serta promosi dan citra merek.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, dkk. (2022). Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan. Jakarta: Prenadamedia Group.

- Ahmad Irfansyah, Azzahra, A., Agusanti, A., & Sanjaya, V. F. (2022). Pengaruh kualitas layanan dan kemudahan penggunaan aplikasi terhadap kepuasan pelanggan (Studi kasus pengguna Maxim Kota Bandar Lampung).
- Akar, E., & Mardikyan, S. (2020). Application usage and user experience.
- Dewi, R. (2021). Manfaat kemudahan akses dalam kepuasan pelanggan.
- Elisaberth. (2023). Pendekatan Deskriptif dalam Penelitian Pendidikan. Bandung: Literasi Nusantara.
- Fahrul Ulum. (2024). Pengaruh kemudahan dan promosi terhadap kepuasan konsumen Traveloka di Kota Malang.
- Fitriani, N. (2021). Strategi harga dalam pemasaran produk.
- Ghozali, I. (2019). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- _____, Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartati, R., & Sari, N. (2020). Karakteristik harga dalam bauran pemasaran.
- Hidayat, R. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif untuk Ilmu Sosial dan Ekonomi. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Indriantoro, Nur & Supomo, Bambang. (2019). Metodologi Penelitian Bisnis: Untuk Akuntansi dan Manajemen. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Iqbal Hasan, Asiyah, S., & Utama, S. P. (2021). Pengaruh harga, ulasan produk, kemudahan, dan keamanan terhadap keputusan pembelian secara online di Shopee pada Kecamatan Periuk Kota Tangerang.
- Jogiyanto, H.M. (2018). Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman. Yogyakarta: BPFE.
- Kuncoro, Mudrajad. (2020). Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi. Jakarta: Erlangga.
- Kuswandi, & E. (2020). Teknik Pengumpulan dan Sumber Data dalam Penelitian. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2020). Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi ke-8. Jakarta: Erlangga.
- Mita, F. D. P., & Kristia. (2021). Analisis pengaruh harga, kemudahan penggunaan, dan ulasan konsumen daring terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee.
- Muliyati, & Triyanto, S. (2023). Analisis pengaruh kepercayaan, kemudahan, dan harga terhadap keputusan penggunaan jasa transportasi online Grab Car di Kecamatan Penjaringan Jakarta Utara.
- Restu Nurrizqa, R. (2023). Pengantar Metode Penelitian.
- Sahir, S. H. (2021). Metodologi Penelitian (Cetakan ke-1). Bantul, Yogyakarta: KBM Indonesia, anggota IKAP.
- Sahir. (2022). Statistik untuk Penelitian Sosial dan Bisnis. Palembang: Widya Mandira Press.
- Sanusi, Anwar. (2019). Metodologi Penelitian Bisnis. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2020). Metodologi Penelitian untuk Bisnis. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Bandung: Alfabeta.
- _____. (2020). Statistik untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta.
- Supranto, J. (2018). Statistik: Teori dan Aplikasi. Jakarta: Erlangga.
- Sutrisno, H., & Putri, R. (2020). Pengertian kemudahan akses dalam layanan digital.
- Suwardi, Dwiastutiningsih, R., & Fertiaz, A. Y. (2024). Analisis pengaruh promosi, harga, dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian pada marketplace Traveloka.



- Tjiptono, Fandy. (2020). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi.
- Umar, Husein. (2021). Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Jakarta: Rajawali Pers.
- Widiyanto, A., & Agustina, V. (2015). Statistika Terapan untuk Penelitian Sosial. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Wijaya, A. (2021). Indikator harga dan strategi pemasaran.
- Yodi Prayuda, & Anwar, S. (2023). Pengaruh kepercayaan, kemudahan, dan harga terhadap keputusan pembelian online pada konsumen Shopee di Kota Padang.
- Yulianti, R., & Wahyudi, T. (2020). Pengertian harga dan pengaruhnya terhadap pembelian konsumen.
- Zulkarnaen. (2023). Manajemen Harga dan Keputusan Pembelian. Jakarta: Literasi Cendekia Indonesia.