e-ISSN 3048-3840
JURNAL PUSAT MANAJEMEN

The Influence Of Maxim Food Courier Service Quality On Customer Satisfaction Of Bri Employees Bengkulu Branch Office

Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Pada Kurir Maxim Food Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Karyawan Bri Kantor Cabang Bengkulu

Dwiki Kurniawan [1)]; Iswidana Utama Putra [2)]; Lydia Gustina Putri [3)]
[1,2,3)] Universitas Dehasen Bengkulu
Email: [1)] dwikykurniawan145@gmail.com

ARTICLE HISTORY
Received [02 Desember 2025]
Revised [05 Juni 2026]
Accepted [09 Juni 2026]

KEYWORDS
Service Quality, MaximFood, Customer Satisfaction.

This is an open access article under the CC–BY-SA license

ABSTRAK

Di era digitalisasi sekarang mengubah interaksi antara perusahan dan konsumen, terutama di bidang pelayanan maximfood, di mana kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dalam konteks ini, perusahaan jasa maximfood berusaha memahami bagaimana aspek tersebut berpengaruh terhadap kepuasan konsumennya. Masalah utama yang diteliti adalah sejauh mana kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan jasa kurir MaximFood terhadap kepuasan pelanggan pada karyawan kantor cabang bri Bengkulu. Penelitian ini Merupakan penelitian kuantitatif dimana proses penggalian informasi diwujudkan dalam bentuk angka-angka sebagai alat untuk menemukan keterangan mengenai apa yang diketahui. Populasi penelitian ini adalah karyawan kantor cabang bri Bengkulu sedangkan pengambilan sampel menggunakan metode sampling jenuh yaitu konsumen yang berjumlah 60 orang, menurut kuncoro untuk studi korelasional diperlukan minimal 30 sampel untuk menguji ada tidaknya hubungan. Hasil penelitian ini menunjukan kualitas pelayanan jasa kurir MaximFood berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada kantor cabang bri Kota Bengkulu, pada hasil Uji t diperoleh hasil dengan nilai signifikan sebesar 0,000, lebih kecil dari nilai sig 0,05 artinya hipotesis kualitas pelayanan jasa kurir MaximFood berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada karyawan kantor bri cabang Kota Bengkulu diterima. Dan berdasarkan Uji koefisien determinasi diperoleh nilai sebesar 0,619 sama dengan 73,4%. Artinya kualitas pelayanan jasa kurir GrabFood untuk mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah sebesar 26,6% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar model regresi.

ABSTRACT

In the current era of digitalization, interactions between companies and consumers have undergone significant changes, particularly in service sectors such as MaximFood, where service quality greatly influences customer satisfaction. In this context, the MaximFood delivery service company seeks to understand how service quality affects customer satisfaction.This study aims to determine the effect of MaximFood courier service quality on customer satisfaction among employees of the BRI Bengkulu Branch Office. This research employs a quantitative approach, in which data collection is represented numerically to obtain information and draw conclusions.The study population consists of all employees of the BRI Bengkulu Branch Office. Sampling was carried out using a saturated sampling method, involving all 60 respondents in the population. According to Kuncoro, a correlational study requires at least 30 samples to test whether a relationship exists between variables.The results show that the service quality of the MaximFood courier has a significant effect on customer satisfaction among employees of the BRI Bengkulu Branch Office. Based on the t-test, the obtained significance value is 0.000, which is smaller than the threshold value of 0.05. This indicates that the hypothesis stating that service quality significantly affects customer satisfaction is accepted.Furthermore, the coefficient of determination (R^2) value is 0.619 or 73.4%, meaning that 73.4% of customer satisfaction is influenced by the quality of MaximFood's courier service, while the remaining 26.6% is affected by other variables outside the regression model.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi memudahkan pelaku usaha memasarkan jasa melalui aplikasi daring. Dalam pemasaran jasa, layanan dipahami sebagai aktivitas/ manfaat yang bersifat intangibel dan tidak menghasilkan kepemilikan, sehingga kualitas pengalaman menjadi kunci persepsi nilai pelanggan. Kerangka layanan modern menempatkan diferensiasi dan kepuasan sebagai penentu keputusan berulang pada platform digital. (Kotler & Keller, 2016; Zeithaml, Bitner, Gremler & Wilson, 2020).

Sebagai implikasi pengukuran di lapangan, contoh redaksi butir yang konsisten dengan konstruk di atas (skala Likert 1–5) dapat berupa: "Kurir tiba sesuai waktu yang diperkirakan aplikasi," "Pesanan datang lengkap dan utuh sesuai nota," "Kurir mengonfirmasi status dan lokasi sebelum pengantaran," "Kemasan bersih dan tertutup rapat," "Pelacakan posisi kurir di aplikasi berfungsi baik," dan "Pembayaran via aplikasi berjalan lancar tanpa kendala." Butir-butir contoh ini bersandar pada peta dimensi OFD

(reliability, assurance/safety, maintaining food quality, system operation, traceability) serta prinsip E-S-QUAL untuk kualitas layanan elektronik. (Wu et al., 2024).

Dari berbagai sumber yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian sebelumnya mengenai kualitas pelayanan jasa kurir MaximFood belum banyak bahkan belum ditemukan. Perbedaan penelitian ini adalah dari objek penelitian serta kualitas peyanan jasa kurir MaximFood belum ada yang meneliti.

LANDASAN TEORI

Kepuasan Pelanggan

Dalam literatur mutakhir, kepuasan dipahami sebagai evaluasi pascakonsumsi yang muncul dari perbandingan antara harapan dan kinerja aktual; kerangka (dis) konfirmasi harapan menjelaskan bahwa kepuasan terbentuk ketika kinerja layanan memenuhi atau melampaui ekspektasi, dan berimplikasi pada sikap serta perilaku pascapembelian (ulang) (Ramasamy, 2024).Dimensi last-mile terbukti sangat menentukan penilaian kepuasan: ketepatan waktu, akurasi pesanan/alamat, kehigienisan/ kondisi kemasan, pelacakan real-time, dan komunikasi kurir berasosiasi positif dengan kepuasan dan pengalaman belanja digital; karenanya, standar operasional kurir menjadi “moment of truth” yang kritis dalam OFD (Aljohani, 2024).

Pengertian Kualitas

Secara umum, kualitas dipahami sebagai “derajat sejauh mana seperangkat karakteristik inheren dari suatu objek memenuhi persyaratan (requirements)”; definisi baku ini dipakai lintas sektor dan menjadi rujukan standar manajemen mutu modern. Dalam konteks jasa, “objek” yang dimaksud mencakup proses/hasil layanan sehingga kualitas dinilai dari tingkat kesesuaian terhadap kebutuhan/harapan yang disepakati. (ISO/TC 176, 2022).

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan (*service quality*) umumnya dipahami sebagai evaluasi pelanggan atas keunggulan/ superioritas layanan berdasarkan perbandingan harapan vs kinerja aktual; model kontemporer tetap merujuk pada kerangka *SERVQUAL* (*reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangibles*) sebagai peta dimensi inti dalam berbagai konteks jasa. *(Zygiaris, 2022).*

METODE PENELITIAN

Metode Analisis

Teknik analisis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan regresi linier sederhana. Dalam penelitian menggunakan program SPSS sebagai untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terkait, yaitu antara kualitas pelayanan jasa kurir *MaximFood* (X) dan kepuasan pelanggan (Y). Sebelum dilakukan analisis data dengan regresi linier sederhana, perlu terlebih dahulu dilakukan uji persyaratan dengan menggunakan program SPSS.

Uji Validitas

Uji validitas pada penelitian ini dilakukan sebelum kuesioner digunakan secara luas untuk memastikan ketepatan butir dalam mengukur konstruk Kualitas Pelayanan Jasa pada Kurir Maxim Food (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y) pada karyawan BRI Kantor Cabang Bengkulu. Pengujian dilakukan pada uji coba instrumen (pilot) menggunakan korelasi Bivariate Pearson (product–moment) item–total di SPSS. Kriteria penetapan valid: sebuah butir dinyatakan valid apabila r_hitung > r_tabel (uji dua sisi, $\alpha = 0{,}05$, $df = n-2$) atau nilai Sig. (2-tailed) < 0,05, sehingga butir tersebut berkorelasi signifikan dengan skor total konstruk; butir yang tidak memenuhi kriteria akan diperbaiki atau dieliminasi sebelum pengumpulan data utama. *(Sugiyono, 2021; Janna, 2021; UIA SPSS Training, 2021).*Jika r hitung < r tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) atau r hitung negatif, maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Uji Reabilitas

Uji reliabilitas data digunakan penyebaran kepada responden sudah dapat dipercaya. Reabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau

e-ISSN 3048-3840
JURNAL PUSAT MANAJEMEN

konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam penelitian ini metode yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuisioner adalah menggunakan rumus *Alpha Cronbach*, dimana dikatakan reliable jika Alpha Cronbach > 0,50.

Uji Regresi Linear Sederhana

Untuk melihat apakah ada pengaruhnya terhadap apa yang akan diteliti penulis, maka penulis menggunakan metode regresi sederhana. Analisis regresi digunakan untuk mengetahui bagaimana pola variabel dependent (kriteria) dapat diprediksikan melalui variabel independent (predictor).61 Perhitungan statistik analisis regresi sederhana dapat dilakukan dengan menggunakan rumus:

$$Y=\beta o + \beta 1X + \mu i$$

Keterangan:
Y =Kualitas pelayanan jasa kurir MaximFood
X =Kepuasan pelanggan
βo =Nilai Konstanta
βi =Koefisien Regresi
μi =Variabel Penganggu

Koefisien Determinasi (R2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan jasa kurir *MaximFood* terhadap kepuasan pelanggan. Dalam memberikan interprestasi secara sederhana terhadap angka indeks korelasi r pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (y) pada umumnya

Uji Parsial (Uji t)

Teknik uji t ini digunakan untuk menguji dan mengetahui apakah variabel bebas secara individual mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Jika hasil penghitungan menunjukan bahwa sug < alpha 0,05, maka Ha diterima dan Ho ditolak. Dengan demikian variabel bebas dapat menerangkan variabel terikat secara parsial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Tabel 1. Uji Validitas Indikator Penelitian:

No	Item Pernyataan	R-tabel	R-hitung	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)				
1	X.1	0,254	0,657	Valid
2	X.2	0,254	0,616	Valid
3	X.3	0,254	0,507	Valid
4	X.4	0,254	0,684	Valid
5	X.5	0,254	0,590	Valid
6	X.6	0,254	0,594	Valid
7	X.7	0,254	0,673	Valid
8	X.8	0,254	0,755	Valid
9	X.9	0,254	0,850	Valid
10	X.10	0,254	0,850	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)				
1	Y.1	0,254	0,643	Valid
2	Y.2	0,254	0,613	Valid
3	Y.3	0,254	0,561	Valid

4	Y.4	0,254	0,721	Valid
5	Y.5	0,254	0,507	Valid
6	Y.6	0,254	0,546	Valid
7	Y.7	0,254	0,671	Valid
8	Y.8	0,254	0,740	Valid
9	Y.9	0,254	0,752	Valid
10	Y.10	0,254	0,756	Valid

Sumber: Hasil Penelitian dan Diolah, 2025

Berdasarkan tabel 1 terlihat bahwa dari 20 indikator penelitian seluruh indikator memiliki tingkat validitas yang sesuai dengan kriteria yang diajukan pada penelitian ini, yaitu semua indikator memiliki nilai R-hitung > R-tabel atau lebih dar 0,254. Maka semua indikator yang digunakan dalam penelitian ini valid dan dapat digunakan sebagai alat penelitian.

Hasil Uji Reliabilitas

Selanjutnya, Reliabilitas merupakan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya dan mampu menghasilkan data yang konsisten apabila dilakukan pengukuran ulang pada subjek yang sama. Dalam penelitian ini, perhitungan reliabilitas menggunakan koefisien *Alpha Cronbach*, karena metode ini dianggap lebih efisien dan secara matematis menghasilkan nilai yang sama atau sedikit lebih rendah dibandingkan reliabilitas sebenarnya. Adapun nilai ambang batas yang digunakan untuk menentukan tingkat reliabilitas yang dapat diterima adalah 0,60 (Ghozali, 2013). Hasil uji reliabilitas untuk masing-masing variabel penelitian dapat dilihat pada Lampiran 6.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

No	Variabel	Nilai *Alpha Cronbach*	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan	0,855	Reliabel
2	Kepuasan Pelanggan	0,844	Reliabel

Sumber: Data Diolah, 2025

Berdasarkan hasil analisis data sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 2 diketahui bahwa seluruh koefisien *Alpha Cronbach* variabel penelitian lebih besar dari nilai 0,6; yang berarti bahwa seluruh instrumen penelitian adalah reliabel .

Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Regresi linier sederhana untuk melaksanakan analisis regresi linier sederhana ini peneliti menggunakan bantuan program SPSS, hasil analisis regresi sederhana dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.985	3.826		1.133	.003
	Digital Marketing (X)	.734	.111	.657	6.639	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Olah Data, 2025.

Hasil penghitungan koefisien regresi sederhana diatas memperlihatkan nilai koefisien konstanta adalah sebesar 11,985 koefisien variabel bebas (X) Kualitas Pelayanan adalah sebesar 0,734. Sehingga diperoleh persamaan regresi:

e-ISSN 3048-3840
JURNAL PUSAT MANAJEMEN

Y' = a + bX
Y'= 11,985 + 0,734 X.

Konstanta sebesar 11,985; artinya jika Kualitas Pelayanan (X) nilainya adalah 0, maka Kepuasan pelanggan (Y') nilainya yaitu sebesar 11,985, Koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (X) sebesar 0; artinya jika nilai Kualitas Pelayanan adalah 11,985, maka Kepuasan Pelanggan (Y') akan mengalami peningkatan sebesar 0,734. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan. Menggambarkan bahwa arah hubungan antara variabel bebas (Kualitas Pelayanan) dengan variabel terikat (Kepuasan Pelanggan) adalah searah, dimana setiap kenaikan satu satuan variabel Kualitas Pelayanan akan. menyebabkan kenaikan keputusan konsumen 0,734.

Uji Determinasi (R^2)
Tabel 4. Hasil Uji Determinasi (R2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.657[a]	.432	.422	4.02483

a. Predictors: (Constant), X

Sumber : Hasil Olah Data, 2025

Setelah rhitung diketahui sebesar 0,657 maka selanjutnya untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X terhadap variabel Y dengan menggunakan koefisien determinan r2 yang dinyatakan dalam persentase. hasilnya sebagai berikut:

R 2 = (0,657)2 x 100%
= 0,431x 100%
= 43,2%

Dari hasil perhitungan di atas maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh variabel X terhadap Y sebesar 43,2% dan selebihnya yang 56,8% dipengaruhi oleh faktor lain.

Uji t

Uji t bertujuan untuk menentukan sejauh mana pengaruh yang dimiliki variabel independen tertentu terhadap penjelasan variabel dependen lainnya dengan memeriksa signifikansi konstanta setiap variabel independen Ghozali, (2021:148).

Tabel 6. Hasil Uji t

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.985	3.826		3.133	.003
	Digital Marketing (X)	.734	.111	.657	6.639	.000

a. Dependent Variable: (Y)

Hasil pengujian untuk variabel X1 (konflik peran) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,00 < 0,05. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka H0 ditolak dan Ha diterima. Artinya X (Kualitas Pelayanan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Pada Karyawan Bri Kantor Cabang Bengkulu

Pembahasan

Hasil penelitian berdasarkan hasil analisis yang telah diuraikan di atas diperoleh hasil bahwa variabel (X) Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel (Y) Kepuasan Pelanggan Pada Karyawan Bri Kantor Cabang Bengkulu. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil analisis regresi sederhana sebesar 0,657 dibandingkan dengan rtabel tingkat signifikansi 5% N = 100 sebesar 0,254. Jadi rhitung

lebih besar dari rtabel, maka dapat diartikan bahwa hipotesis nol (Ho) ditolak dan (Ha) diterima. Dengan koefisien determinasi sebesar 43,2% maka berpengaruh positif, yang berarti jika Kualitas Pelayanan berpengaruh maka semakin tinggi pula Minat Berkunjung Pada Karyawan Bri Kantor Cabang Bengkulu. Sedangkan 56,8% merupakan faktor yang mempengaruhi variabel Y dari faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti seperti pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, pengevaluasian alternatif, keputusan pembelian dan prilaku setelah pembelian.

Dari hasil analisis uji t diketahui bahwa ada pengaruh yang signifikan variabel (X) Kualitas Pelayanan dan variabel (Y) Kepuasan Pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan uji t sebesar 6,639, sedangkan pada ttabel adalah 2,001 pada taraf signifikansi 5% yang berarti bahwa Ha diterima. Selain itu juga diperoleh persamaan regresi Y= 11,985+0,734X. Persamaan tersebut sesuai dengan rumus regresi linier sederhana yaitu Y=a+bX, dimana Y merupakan lambang dari variabel terikat, a konstanta, b koefisien regresi untuk variabel bebas (X).

Konstanta sebesar 11,985; artinya jika Kualitas Pelayanan (X) nilainya adalah 0, maka Kepuasan Pelanggan (Y') nilainya negatif yaitu sebesar 11,985. Koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (X) sebesar 0,734; artinya jika Kualitas Pelayanan mengalami kenaikan 1, maka Kepuasan Pelanggan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,734. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan.

Dengan demikian dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Karyawan Bri Kantor Cabang Bengkulu.Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Karyawan Bri Kantor Cabang Bengkulu. Kota Bengkulu. Hal ini dibuktikan dengan hasil analisis regresi sederhana 0,657 dibandingkan dengan rtabel tingkat signifikansi 5% N = 60 sebesar 0,254. Jadi rhitung lebih besar dari rtabel, maka dapat diartikan bahwa hipotesis nol (Ho) ditolak dan (Ha) diterima.

Dengan koefisien determinasi sebesar 43,2% maka berpengaruh positif, semakin sering mengikuti Kualitas Pelayanan maka semakin meningkatkan Kepuasan Pelanggan. Sedangkan 56,8% merupakan faktor yang mempengaruhi variabel Y dari faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti. Dari hasil analisis uji t diketahui bahwa ada pengaruh yang signifikan variabel (X) Kualitas Pelayanan dan variabel (Y) Kepuasan Pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan uji t sebesar 6,639, sedangkan pada ttabel adalah 2,001 pada taraf signifikansi 5% yang berarti bahwa Ha diterima. Selain itu juga diperoleh persamaan regresi Y= 11,985+0,734X.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan terhadap pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Pada Followers Instagram Karyawan Bri Kantor Cabang Bengkulu. Kota Bengkulu yang telah dijabarkan sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil analisis regresi menunjukkan Persamaan Y = 1,985 + 0,734 X hal ini menggambarkan arah regresi yang positif, artinya terdapat pengaruh positif antara X Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Berarti bahwa apabila variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan akan meningkatkan pengunjung.
2. Besarnya koefesien determinasi sebesar 0,432. Hal ini berarti bahwa X (Kualitas Pelayanan) berpengaruh terhadap kinerja (Y) sebesar 43,2% sedangkan sisanya 56,8% dipengaruhi oleh variabel- variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
3. Hasil uji t pada taraf signifikansi 0,05 menjelaskan bahwa secara parsial variabel Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat berkunjung pada wisata Karyawan Bri Kantor Cabang Bengkulu. bengkulu.

Saran

Berdasarkan kesimpulan dan hasil peneltian, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada karyawan BRI Kantor Cabang Bengkulu yang menggunakan layanan Maxim Food. Oleh karena itu, disarankan agar pihak manajemen Maxim Food terus meningkatkan mutu pelayanannya, khususnya pada aspek keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Peningkatan dapat dilakukan dengan menjaga ketepatan waktu pengantaran, memperbaiki komunikasi antara kurir dan pelanggan, memberikan pelatihan sikap ramah serta profesional bagi kurir, dan memastikan kebersihan serta keamanan makanan tetap terjaga. *Maxim Food* kepada orang lain.
2. Diharapkan kepada pihak manajemen *Maxim Food* untuk secara berkala melakukan evaluasi terhadap efektivitas pelayanan kurir, misalnya dengan menganalisis umpan balik pelanggan (rating,

komentar, dan keluhan) pada setiap transaksi pengantaran. Langkah ini penting agar perusahaan dapat mengetahui aspek pelayanan mana yang paling memengaruhi kepuasan pelanggan, serta menyesuaikannya dengan strategi peningkatan layanan yang lebih tepat sasaran. Dengan evaluasi rutin tersebut, Maxim Food dapat mempertahankan keunggulan kompetitifnya dan terus meningkatkan kepuasan pelanggan, khususnya bagi karyawan BRI Kantor Cabang Bengkulu sebagai pengguna layanan.

DAFTAR PUSTAKA

Aljohani, K. (2024). The Role of Last-Mile Delivery Quality and Satisfaction in Online Retail Experience: An Empirical Analysis. Sustainability, 16(11), 4743. https://doi.org/10.3390/su16114743

Baum, T., Lin, P., & Au, W. C. W. (2023). Service quality of online food delivery mobile application: An examination of the spillover effect of mobile app satisfaction. International Journal of Contemporary Hospitality Management (ahead-of-print).

Chan, J., & Gao, Y. L. (2021). Measuring the up-to-date quality of online food delivery: Formative index construction. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 33(12), 4550–4568. https://doi.org/10.1108/IJCHM-06-2021-0739

Cheng, C.-C., Chang, Y.-Y., & Chen, C.-T. (2021). Construction of a service quality scale for the online food delivery industry. International Journal of Hospitality Management, 95, 102938. https: //doi.org/ 10.1016/ j. ijhm.2021.102938

Elsiana, M., & Maradona, A. F. (2024). Service Quality and Customer Loyalty in the Online Food Delivery Service Industry. Quantitative Economics and Management Studies, 5(1), 197–203. https://doi.org/10.35877/454RI.qems2407

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) (3rd ed.). Sage.

International Organization for Standardization (ISO). (2015). ISO 9000:2015—Quality management systems: Fundamentals and vocabulary. Geneva: ISO.

Kang, J.-W., & Namkung, Y. (2022). Measuring the Service Quality of Fresh Food Delivery Platforms: Development and Validation of the “Food PlatQual” Scale. Sustainability, 14(10), 5940. https://doi.org/10.3390/su14105940

Ma, X. (2024). Enhance understandings of Online Food Delivery’s service quality with online reviews. Journal of Retailing and Consumer Services, 75, 103578. https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2024.103578

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2005). E-S-QUAL: A multiple-item scale for assessing electronic service quality. Journal of Service Research, 7(3), 213–233. https://doi.org/10.1177/1094670504271156

Saunders, M. N. K., Lewis, P., & Thornhill, A. (2023). Research Methods for Business Students (9th ed.). Pearson.

Sugiyono. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Wulandari, E., Dzakiyullah, N. R., & Heksaputra, T. H. (2024). Analisis tingkat kepuasan pengguna terhadap aplikasi transportasi online Maxim menggunakan metode SERVQUAL. Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi.

Wu, M., Gao, J., Hayat, N., Long, S., Yang, Q., & Al Mamun, A. (2024). Modelling the significance of food delivery service quality on customer satisfaction and reuse intention. PLOS ONE, 19(2), e0293914. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0293914.