

ABSTRAK

Wahidah. 2024. *“Pengaruh Citra Perusahaana dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Minat Penggunaan Ulang Jasa Maxim di Kota Banjarmasin”*. Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Muhammad Qamaruddin, M.E.

Kata Kunci: Minat Penggunaan Ulang, Citra Perusahaan, Pengalaman Pelanggan

Penelitian ini dilatarbelakangi adanya transportasi online yang merupakan salah satu bentuk perkembangan teknologi berbasis aplikasi yang disambut cukup baik pada awal kemunculannya. Salah satu jasa transportasi online yang berkembang saat ini dan memiliki daya saing terhadap perusahaan sejenisnya di kota Banjarmasin yaitu Maxim. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra Perusahaan dan pengalaman pelanggan secara simultan dan parsial terhadap minat penggunaan ulang jasa Maxim di kota Banjarmasin.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan, khususnya menggunakan Teknik penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini seluruh masyarakat yang menggunakan Maxim di kota Banjarmasin dengan Teknik incidental sampling. Pengujian data dilakukan uji regresi linier berganda menggunakan aplikasi statistik SPSS 22.

Hasil penelitian menunjukkan: secara simultan citra Perusahaan dan pengalaman pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan ulang didasarkan pada uji F $127,849 > 2,70$ dengan sig. $0,000 < 0,05$. Secara parsial citra perusahaan dan pengalaman pelanggan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan ulang, didasarkan pada uji T citra perusahaan $2,841 > 1,986$ dengan sig. $0,006 < 0,05$ dan pengalaman pelanggan $5,647 < 1,986$ dengan sig. $0,006 > 0,05$.