

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis menuntut adanya persaingan yang ketat antar perusahaan. Sebagai suatu organisasi bisnis dengan tujuan utama memperoleh laba maka semaksimal mungkin harus siap menghadapi persaingan. Ketatnya persaingan pada dunia bisnis mendesak berbagai perusahaan untuk menggunakan teknologi. Berbagai bidang perusahaan mulai memanfaatkan perkembangan teknologi untuk dapat bertahan dalam persaingan. Salah satu bidang yang terdampak oleh pesatnya perkembangan teknologi adalah bisnis penginapan.

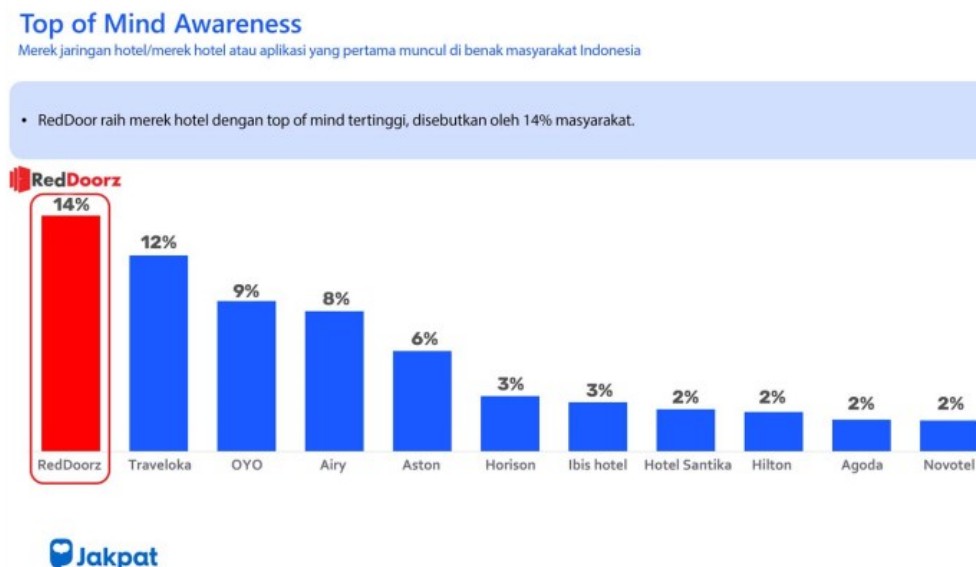
Bisnis penginapan merupakan salah satu bisnis yang bergerak di bidang jasa yang berkembang dengan pesat walaupun dalam keadaan krisis sekalipun. Bisnis penginapan ini memiliki tingkat persaingan yang tinggi. Untuk bertahan dan berkembang dalam kondisi tersebut, pengelola harus dapat mengembangkan pelayanan dan kemudahan pemesanan yang diberikan kepada pelanggan. Pada kondisi tersebut, keberadaan layanan online merupakan layanan yang paling tepat untuk diterapkan. Seperti pernyataan Alverina Mulyadi (2018) bahwa pelanggan yang merasa aman dalam melakukan transaksi pada saat melakukan belanja online di website atau aplikasi mobile maka akan semakin menyenangkan hati pelanggan. Sedangkan menurut Kurniati dan Oktariana (2018) bahwa sebuah layanan sangat

diperlukan dalam membentuk kepuasan pelanggan, karena semakin baik pengalaman yang dirasakan pelanggan pada saat melakukan proses penyampaian jasa maka akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan. Hal ini karena pada dasarnya penginapan merupakan kebutuhan terpenting untuk tinggal terutama untuk pelancong. Perkembangan bisnis penginapan ini disertai dengan semakin banyaknya penginapan bermunculan, terutama penginapan *lowcost* dengan pelayanan yang baik.

Pelaku bisnis penginapan saat ini menghadapi tantangan untuk meningkatkan pelayanan dengan *lowcost* dan kemudahan pemesanan dengan informasi terkini. Untuk tetap bersaing di bisnis penginapan, selain meningkatkan pelayanan dan kemudahan pemesanan, pelaku bisnis penginapan harus dapat meningkatkan kepuasan pelanggan agar keberlangsungan bisnis tetap berjalan. Seperti pernyataan Normasari et al., (2013) kepuasan pelanggan didapatkan karena telah tercapainya keinginan atau harapan pelanggan. Dewasa ini, masyarakat cenderung untuk memanfaatkan aplikasi untuk melakukan transaksi secara online, dikarenakan kemudahan, kecepatan, dan dapat memberikan rasa aman kepada pengguna. Aplikasi pemesanan hotel secara online (*virtual hotel operator*) yang terdapat di Indonesia beragam, mulai dari Airy, RedDoorz, dan OYO.

Tren pengguna aplikasi pemesanan hotel online (*virtual hotel operator*) di Indonesia tumbuh cukup besar dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini didukung dengan pesatnya perkembangan teknologi khususnya di bidang informasi dan

komunikasi. Efisiensi waktu dan biaya menjadi salah satu alasan utama mengapa masyarakat dunia lebih memilih untuk memanfaatkan keunggulan dari teknologi tersebut. Penyedia jasa pemesanan hotel online (*virtual hotel operator*) juga menawarkan berbagai tawaran seperti menyediakan kamar dengan fasilitas dan pelayanan yang baik dengan harga yang rendah. Salah satu dari aplikasi pemesanan hotel online (*virtual hotel operator*) yang populer di Indonesia adalah RedDoorz. Hal ini dikarenakan RedDoorz mendapat pencapaian aplikasi pemesanan hotel online (*virtual hotel operator*) yang menempati posisi pertama aplikasi pemesanan hotel paling populer di *Google Play Store* dan *App Store* di Indonesia. Tidak hanya itu, RedDoorz juga memiliki hotel terbanyak di Indonesia.



Gambar 1.1
Top of Mind Awareness

Sumber : www.kanalkalimantan.com

Aplikasi RedDoorz adalah salah satu terpopuler di Indonesia dilihat dari gambar 1.1. Aplikasi RedDoorz sukses menjadi *market leader* pastinya mempunyai strategi dalam pencapaiannya. Kepuasan pelanggan adalah salah satu kunci sukses yang dimiliki RedDoorz. Kepuasan pelanggan harus terpenuhi, hal ini menjadi wajib dilakukan oleh perusahaan agar dapat bertahan di pasar khususnya pada pasar *booking hotel online*. Kepuasan pelanggan adalah strategi jangka panjang yang dimiliki perusahaan untuk membuat konsumen tetap menggunakan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Bila kepuasan pelanggan dapat terpenuhi maka akan tercapai loyalitas pelanggan dan perusahaan akan mendapat keuntungan yang besar dari kepuasan pelanggan yang terpenuhi. Terciptanya kepuasan pelanggan merupakan hasil dari kinerja suatu perusahaan. Pelanggan yang merasa puas melambangkan bahwa kinerja jasa yang telah diberikan RedDoorz telah memenuhi permintaan dan kebutuhan pelanggan.

Dalam menunjang kepuasan pelanggan pastinya memerlukan faktor pendukung, salah satu faktor pendukung kepuasan pelanggan adalah kualitas layanan elektronik. Kualitas layanan elektronik yang dirasakan pelanggan setelah menggunakan jasa yang ada pada aplikasi. Kualitas layanan elektronik menitikberatkan pada lima aspek yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangible*. Bila perusahaan *booking hotel online* seperti RedDoorz menerapkan ke semua aspek tersebut tentunya akan mendapatkan timbal balik yang baik dari pelanggan. Pelanggan yang sudah merasakan kualitas layanan elektronik

akan mempunyai pengalaman yang positif seperti manfaat dari terpenuhinya permintaan dan kebutuhan pelanggan. Jika pelanggan merasa aplikasi RedDoorz sesuai dengan yang diharapkan, maka pelanggan akan puas.

Faktor penunjang lain untuk mendapatkan kepuasan pelanggan adalah kualitas aplikasi. RedDoorz sebagai jasa *booking* hotel *online* memiliki sebuah alat untuk mengoperasikan jasa layanannya berbentuk aplikasi *mobile*. Setiap aplikasi tentunya mempunyai kualitas dalam pengoperasian aplikasinya. Kualitas aplikasi tentu akan membuat pelanggan merasa dimudahkan dengan fitur yang telah disediakan pada aplikasi tersebut. Kualitas aplikasi menekankan pada kemudahan penggunaan dan kualitas informasi yang ada pada aplikasi. Secara lebih detail, kualitas aplikasi bisa dilihat dari kemudahan penggunaannya, informasi yang disediakan, keandalan aplikasi, kecepatan akses aplikasi, dan penggunaan aplikasi tersebut. Bila semua hal tersebut dapat dipenuhi maka konsumen akan puas dengan kualitas aplikasi yang diberikan.

Kualitas informasi juga menjadi faktor penunjang tercapainya kepuasan pelanggan. Kualitas informasi berpengaruh penting untuk menjaga performa pada layanan aplikasi RedDoorz. Informasi yang disediakan RedDoorz diharapkan dapat membuat pelanggan tertarik untuk menggunakan jasa yang ditawarkan RedDoorz, sehingga pelanggan akan dapat merasakan kepuasan atas kualitas informasi yang ada pada aplikasi RedDoorz. Kualitas informasi berfokus pada informasi yang relevan, keakuratan informasi, dan informasi yang tepat waktu. Oleh karena itu,

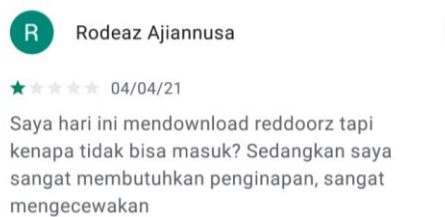
kualitas informasi yang disediakan RedDoorz diharapkan bisa membantu untuk memenuhi permintaan pengguna aplikasi RedDoorz. Manfaat yang dirasakan oleh pelanggan sesuai dengan informasi yang diberikan akan membuat kesan positif yang diterima oleh RedDoorz dari pelanggannya. Dengan tersedianya kualitas layanan yang baik dan aplikasi pemesanan hotel online dengan informasi yang baik dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para pelanggannya. Setelah pelanggan merasa puas dengan jasa yang diterimanya, pelanggan akan membandingkan pelayanan yang diberikan. RedDoorz menyediakan aplikasi yang mudah digunakan dengan kelengkapan informasinya dan menyediakan berbagai hotel dengan penawaran berbeda, tetapi tetap dengan pelayanan yang terbaik

Peneliti tertarik melakukan penelitian pada objek aplikasi RedDoorz dikarenakan fenomena yang peneliti dapatkan dari salah satu *customer* pada objek tersebut dan pada ulasan aplikasi RedDoorz di *Google Play Store* dan *App Store*. Peneliti mendapatkan informasi dari seorang pengguna aplikasi RedDoorz yang pernah menggunakan jasa RedDoorz sebagai tempat menginap. Fenomena yang didapatkan dari pengguna aplikasi tersebut yaitu masih mengeluhkan tentang informasi yang tersedia pada aplikasi tersebut tidak atau belum diperbarui. Permasalahan ini muncul dan mulai dirasakan oleh pengguna aplikasi tersebut pada beberapa bulan terakhir dilihat dari ulasan aplikasi RedDoorz di *Google Play Store* dan *App Store*.



Gambar 1.2
Review Aplikasi RedDoorz

Sumber : playstore



Gambar 1.3
Review Aplikasi RedDoorz

Sumber : playstore

Peneliti juga mendapatkan fenomena yang ada pada RedDoorz meskipun rating aplikasi RedDoorz pada *Google Play Store* dan *App Store* masih tinggi namun terdapat keluhan terutama mengenai informasi dan pelayanan pada aplikasi. Keluhan yang ada pada aplikasi RedDoorz disebabkan karena informasi yang disediakan oleh aplikasi tidak sesuai dan lambannya respon pelayanan pada aplikasi. Tentu saja dengan adanya keluhan tersebut dapat menandakan kurangnya kepuasan pelanggan dan juga membuat pengguna mempunyai kesan negatif pada aplikasi RedDoorz.

Berdasarkan pemaparan RedDoorz di atas topik ini menarik untuk dilakukan penelitian. Karena kesadaran untuk meningkatkan kualitas layanan dan kualitas informasi sangat penting dilakukan oleh perusahaan agar terciptanya aplikasi yang baik dan kepuasan pengguna yang tinggi. Sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh dari kualitas layanan dan kualitas informasi terhadap kepuasan pelanggan melalui aplikasi dengan judul penelitian “Pengaruh *E-Service Quality* dan *Information Quality* terhadap *Customer Satisfaction* dengan *Application Quality* sebagai Variabel *Intervening*”.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah *E-Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Application Quality*?
2. Apakah *Information Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Application Quality*?
3. Apakah *E-Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction*?
4. Apakah *Information Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction*?
5. Apakah *Application Quality* memediasi secara signifikan pengaruh *E-Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction*?
6. Apakah *Application Quality* memediasi secara signifikan pengaruh *Information Quality* terhadap *Customer Satisfaction*?

C. Tujuan Penelitian

1. Menguji pengaruh *E-Service Quality* terhadap *Application Quality*.
2. Menguji pengaruh *Information Quality* terhadap *Application Quality*.
3. Menguji pengaruh *E-Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction*
4. Menguji pengaruh *Information Quality* terhadap *Customer Satisfaction*.
5. Menguji pengaruh *Application Quality* sebagai mediasi *E-Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction*.
6. Menguji pengaruh *Application Quality* sebagai mediasi *Information Quality* terhadap *Customer Satisfaction*.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Menambah bukti empiris bagi para peneliti tentang *E-Service Quality*, *Information Quality*, dan *Application Quality* terhadap *Customer Satisfaction*.

2. Bagi Praktisi

Bagi perusahaan terkait dapat memberikan manfaat untuk mengetahui apa saja yang mempengaruhi *Customer Satisfaction* terutama *E-Service Quality*, *Information Quality*, dan *Application Quality*.

3. Bagi Peneliti

Dapat memberikan pengalaman dalam melakukan penelitian terkait dalam bidang manajemen operasi dan teknologi.