

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pada era globalisasi memberikan kepuasan yang mutlak kepada konsumen adalah suatu keuntungan tersendiri bagi sebuah organisasi perusahaan. Namun hal ini juga terasa tidak mudah untuk merealisasikannya sebab banyak banyak kompetitor yang bermain di dalamnya. Selera pelanggan itu tidak mungkin sama diantara satu dengan yang lainnya jadi dimungkinkan kepuasan konsumen terhadap suatu barang juga berbeda-beda. Di samping itu kompetisi perekonomian sangat terasa di semua sektor perekonomian, terutama pelayanan jasa yang sangat dekat dengan masyarakat, itu semua membutuhkan strategi yang tepat dan cepat.

Dalam kasus ini, tidak hanya harus mempunyai produk yang unggul tetapi juga setiap pemimpin perusahaan harus dapat meningkatkan kualitas layanannya agar tingkat kepuasan konsumen semakin meningkat dan akan terus memakai jasa perusahaan kita. Produsen semakin menyadari akan arti penting pelayanan. Maka dari itu dengan adanya perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan mereka berlomba untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi para konsumen, dengan tujuan agar tetap eksis di dunia bisnis. Mereka berlomba memberikan fasilitas yang diinginkan oleh para konsumen dan berusaha mengetahui apa yang dibutuhkan konsumen sehingga tercapai kepuasan pelanggan.

Bagi perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan lebih tepatnya melayani pembelian tiket pesawat yang didalamnya terdapat penyampaian jasa, kualitas pelayanan menjadi suatu hal yang penting dalam memuaskan konsumen. Dengan memahami apa yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen dari kualitas pelayanan yang diberikan, maka akan didapat suatu nilai tambah tersendiri bagi suatu perusahaan.

Disini saya mengambil objek penelitian pada *e-commerce* Traveloka. Traveloka merupakan salah satu *e-commerce* tiket yang melayani pembelian tiket pesawat dari berbagai maskapai baik domestik ataupun mancanegara. *E-commerce* ini dapat memberikan layanan selama 24 jam, dan sangat banyak promo promo yang menarik yang dapat digunakan oleh pelanggan.

Traveloka adalah perusahaan berbasis digital yang bergerak dalam pelayanan online tersebut. Perusahaan yang memiliki berbagai slogan unik ini menunjukkan bahwa dalam mencapai suatu tempat tidak lagi dibutuhkan waktu yang panjang dan mekanisme yang sulit. Bila pada kondisi offline kita dihadapkan pada antrian yang panjang dalam menunggu tiket dan ketidakpastian akan jumlah tiket yang tersedia, hal berbeda ditemukan pada Traveloka. Pemantauan mereka terhadap kursi tersedia dan jumlah tiket terhitung pasti dan eksak. Menampilkan pelayanan yang maksimal kepada para penggunanya.

Traveloka memiliki prinsip utama bahwa dengan aplikasi mereka, para pengguna dapat mengeksplorasi berbagai belahan dunia dan membuat momen

terbaik mereka. Prinsip ini memang sejalan dengan pelayanan dari Traveloka, dikarenakan pelayanan mereka yang juga menyangkut penyediaan tempat tinggal selama para pengguna berpergian ke kota atau negara manapun. Pelayanan Traveloka ini dibentuk ke dalam pelayanan booking hotel yang lengkap dan menampilkan informasi yang spesifik mengenai ruangan dan harga.

Sampai tahun ini, Traveloka merupakan salah satu perusahaan travel online yang menduduki posisi teratas dalam memberikan pelayanan. Berbagai fitur yang disediakan oleh Traveloka juga mencakup berbagai opsi yang luas, diantaranya seperti penerbangan pesawat, transportasi kereta, paket penerbangan dan hotel, tiket kunjungan ke berbagai wahana dan hiburan di berbagai negara, dan transportasi bus. Traveloka juga memiliki tempat yang spesial di hati para penggunanya. Terhitung sebesar 30 juta download aplikasi Traveloka telah dilakukan oleh berbagai orang dan terus bertambah sampai hari ini. Hal ini menunjukkan bahwa setiap pengguna Traveloka mengapresiasi apa yang dilayani dan disediakan oleh perusahaan ini. Pemberian testimoni dan masukan, serta berbagi cerita mengenai pengalaman penggunaan aplikasi diperkirakan meningkatkan jumlah tersebut. Bisnis dari Traveloka ternyata semakin berkembang dari waktu ke waktu. Hal yang mengejutkan datang ketika Traveloka mempublikasikan pelayanan dari platform mereka yang berbentuk pelayanan diluar dari bidang travel. Contoh nyata dari pelayanan Traveloka tersebut adalah kegiatan top-up data seluler, pembayaran BPJS Kesehatan, pembayaran tagihan listrik, dan pembayaran tagihan air.

Tahun 2019, Traveloka memutuskan untuk memperkaut positioning-nya sebagai end-to-end travel and lifestyle booking platform untuk kawasan Asia dan Australia. Itu artinya, Traveloka tidak semata bergerak di segmen travel, melainkan sudah berekspansi ke segmen gaya hidup atau lifestyle. Begitu juga dengan wilayah bisnis, Traveloka sudah merangsek pasar global di tujuh negara. Yakni, Indonesia, Thailand, Vietnam, Malaysia, Singapura, Filipina, dan Australia.

Pelayanan terakhir lainnya adalah jasa Traveloka yang menyediakan pembayaran untuk memperoleh data seluler secara internasional. Para pengguna layanan ini biasanya merupakan individu yang akan berpergian ke luar negeri dan membutuhkan akses terhadap internet, sehingga dibutuhkan kuota untuk memenuhi keadaan tersebut. Melalui pelayanan ini, Traveloka memastikan bahwa pelayanan mereka semakin sesuai dengan prinsip utama bahwa setiap pengguna dapat melakukan jelajah kota dan negara dengan nyaman.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui sejauh mana kualitas informasi, kualitas sistem, dan *e-service quality* berpengaruh terhadap *customer e-satisfaction* pada sistem ticketing online pesawat Traveloka. Untuk itu, penulis melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas sistem, dan *E-service Quality* Terhadap *Customer E-satisfaction* (Studi pada Sistem Ticketing Pesawat Online Traveloka)”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang penelitian di atas, maka rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh variabel kualitas informasi terhadap *customer e-satisfaction* pada sistem Ticketing Pesawat Online Traveloka ?
2. Apakah terdapat pengaruh variabel kualitas sistem terhadap *customer e-satisfaction* pada sistem Ticketing Pesawat Online Traveloka ?
3. Apakah terdapat pengaruh variabel *e service quality* terhadap *customer e-satisfaction* pada sistem Ticketing Pesawat Online Traveloka ?

C. Tujuan penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Menganalisis pengaruh kualitas informasi terhadap *customer e-satisfaction* pada sistem Ticketing Pesawat Online Traveloka.
2. Menganalisis pengaruh kualitas sistem terhadap *customer e-satisfaction* pada sistem Ticketing Pesawat Online Traveloka.
3. Menganalisis pengaruh *e-service quality* terhadap *customer e-satisfaction* pada sistem Ticketing Pesawat Online Traveloka.

D. Manfaat penelitian

1. Bermanfaat sebagai bahan masukan dan tambahan informasi yang dapat dipertimbangkan oleh perusahaan Treveloka atau yang bergerak di bidang itu, sehingga dapat digunakan dalam menentukan kebijakan.
2. Menambah pengetahuan dan pengalaman bagi peneliti mengenai pentingnya kualitas informasi, kualitas sistem, *e-service quality* terhadap *customer e-satisfaction*.
3. Dapat menjadi sarana informasi dan referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya oleh peneliti lain.