

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Penelitian**

Transportasi merupakan sarana yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat Indonesia, melihat kebutuhan masyarakat Indonesia akan adanya transportasi yang tinggi. Dalam hal ini bidang transportasi di Indonesia sedang gencar dengan munculnya transportasi berbasis aplikasi atau biasa disebut dengan transportasi *online*. Transportasi *online* merupakan transportasi yang menggunakan aplikasi sebagai media pemesanan untuk memudahkan konsumen dalam hal pemenuhan kebutuhan transportasi.

Di era global, teknologi juga ikut andil dalam perkembangan transportasi umum. Penggunaan teknologi dalam transportasi umum dapat mengefisienkan waktu bagi pengguna. Beberapa contohnya *booking* tiket *online* pesawat terbang, *booking* tiket kereta api, *booking* kamar hotel, *booking* taksi *online*, dan yang sedang populer dikalangan masyarakat adalah ojek *online*.

Dalam Al-Qur'an sudah dijelaskan mengenai anjuran untuk mengembangkan teknologi dalam kehidupan sehari-hari. Al-Qur'an merupakan dasar umat Islam yang dijadikan acuan dalam kehidupan sehari-hari. Secara spesifik memberikan petunjuk-petunjuk secara rinci tentang berbagai hal, namun Al'Qur'an merupakan sebuah hadiah buat umat manusia yang dijadikan modal besar berupa akal sehat yang mampu beradaptasi

dengan perubahan lingkungan sekitar. Pada dasarnya semua teknologi baik dalam membantu aktivitas manusia. Firman Allah Swt dalam surat Al-Alaq 1-5 yang berbunyi:

أَقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ ١ خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ ٢ اقْرَأْ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ ٣ الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ ٤ عَلَّمَ

*Artinya: “1. Bacalah dengan (menyebutkan) nama tuhanmu yang menciptakan 2. Dia telah menciptakan manusia dari gumpalan dari segi darah. 3 Bacalah, dan tuhanmu yang maha pemurah.4 yang mengajar (manusia) dengan perantara kalam. 5 yang mengajar kepada manusia apa yang tidak diketahuinya” (Q.S Al-Alaq 11)*

Saat ini manusia terus mengembangkan teknologi agar dapat memudahkan segala aktivitas seperti yang dilakukan *Go-Jek* mengubah masyarakat menjadi salah satu kebutuhan akan perubahan teknologi yang dapat menyelesaikan permasalahan di Indonesia. Hal ini menjadi dasar pada munculnya *Go-Jek* yang berpadukan dengan pengetahuan dan teknologi.

Riset *online* yang dilakukan oleh *ShopBack* dilakukan di beberapa kota besar yang ada di Indonesia. Seperti Jabodetabek, Bandung, Surabaya, Medan dan Makassar, dengan jumlah responden lebih 1.000 orang. Responden merupakan orang-orang pernah melakukan transaksi *online*. Riset yang dilakukan untuk mengetahui perilaku konsumen, mencari tahu akan kebutuhan dan harapan yang diinginkan konsumen terhadap jasa transportasi

*online* yang ada di Indonesia. Berikut alasan konsumen memilih jasa transportasi *online*

**Tabel 1.1**  
**Alasan Penggunaan Transportasi *Online***

Pengguna Transportasi <i>Online</i>		
Alasan Memilih Transportasi		Apakah Pernah Menggunakan Jasa Transportasi Online
Murah	55,4%	Pernah 91,4%
Nyaman	19,6%	
Cepat	12,5%	Tidak 8,6%
Aman	8,2%	
Lainnya	4,4%	

Sumber: <https://www.shopback.co.id/blog/transportasi-online-makin-digemar>

Jasa transportasi *online* mulai diterima dan disambut baik oleh masyarakat Indonesia. Hal ini dapat dilihat pada gambar di atas dengan jumlah 1.000 responden menunjukkan 91,4% pernah menggunakan jasa transportasi *online* dan 8,6% mengatakan tidak pernah menggunakan jasa transportasi *online*. Berdasarkan riset yang dilakukan oleh *Shopback* menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia memilih transportasi *online* karena 55,4% responden mengatakan Murah, 19,6% responden mengatakan Nyaman, 12,5% responden mengatakan Cepat, 8,2% responden mengatakan Aman, dan 4,3% Lainnya.

Untuk Indonesia sendiri telah ada tiga pemain utama dalam transportasi *online* yaitu *Go-Jek*, *Uber*, dan *Grab*, awal kemunculan Aplikasi *Go-Jek* pertama kali di tahun 2015 menjadi awal maraknya transportasi *online* di

Indonesia lebih dari (51,1%) responden mengaku pertama kali yang mereka gunakan adalah *Go-Jek* sebagai transportasi *online*, diikuti oleh *Grab* (34,2%) dan *Uber* (14,4%) persentase transportasi *online* yang digunakan dapat dilihat pada gambar di bawah berikut:

**Tabel 1.2**  
**Jasa Transportasi *Online* Yang Digunakan**

	Aplikasi Transpotasi Online Yang Pertama Kali Digunakan	Jasa Transportasi Online Yang Saat Ini Digunakan
Gojek	51,1%	42,3%
Grab	34,3%	44,8%
Uber	14,4%	12,2%
Lainnya	0,3%	0,7%

Sumber: <https://www.shopback.co.id/blog/transportasi-online-makin-digemar>

PT. Gojek Indonesia menawarkan layanan dalam memenuhi kebutuhan transportasi memberikan dampak yang signifikan di beberapa wilayah di Indonesia. Beberapa efek positif yang diberikan *Go-Jek* pada masyarakat yaitu biaya transportasi yang mudah dan praktis, keamanan yang terjaga saat menjadi penumpang dan mendapatkan pelayanan yang ramah. Efek positif tersebut sangat diapresiasi oleh masyarakat, bahkan dalam kesempatan wawancara oleh salah satu stasiun televisi presiden Republik Indonesia mendukung *Go-Jek* untuk beroperasi dan memberikan kemudahan layanan bagi pengguna Aplikasi tersebut (Fazri 2015) dalam (Afrilia 2018) selain dengan harga yang sangat terjangkau dan pemesanan yang mudah, PT. Gojek Indonesia juga memberikan layanan lain

selain *Go-Ride* (layanan antar penumpang), yaitu *Go-food* (layanan pemesanan dan pengiriman makanan), *Go-Box* (layanan pemesanan mobil pick up untuk membawa banyak barang) *Go-Mart* (layanan pembelian barang yang dibutuhkan konsumen) *Go-Send* (layanan antar barang), *Go-Massage* (layanan pijatan), *Go-Glam* (layanan kecantikan), dan *Go-Clean* (layanan pembersihan rumah) dan masih banyak lainnya. Layanan yang diberikan oleh PT. Gojek Indonesia mulai banyak diminati oleh masyarakat dilihat layanan yang diberikan semakin bertambah.

Penelitian ini merupakan modifikasi dari jurnal yang ditulis oleh Rasyid (2017). Perubahan dilakukan pada variabel Kualitas Layanan menjadi Persepsi Kualitas Layanan karena hasil perbandingan antara harapan dan persepsi pelanggan terhadap layanan yang diterima, kemudian perubahan Pemanfaatan Teknologi menjadi variabel Kemudahan untuk mengetahui kemudahan yang didapatkan pelanggan dan sekaligus menambah hipotesis Kepuasan Pelanggan dijadikan analisis mediasi untuk memberikan kualitas model dan gaya prediksi lebih baik.

Pelanggan merupakan satu-satunya yang dapat menilai baik tidaknya persepsi kualitas layanan. Pelanggan menilai pelayanan tersebut dengan cara membandingkan pelayanan yang mereka terima (*perception*) dengan pelayanan yang mereka harapkan (*expectation*). Bila pelanggan merasa sangat puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan akan mengakibatkan pelanggan tersebut akan kembali lagi untuk mengadakan pembelian ulang (*rebuying*).

Dengan kata lain perusahaan yang dapat memuaskan pelanggan akan memiliki pelanggan yang loyal.

Untuk membuat pelanggan tetap loyal terhadap *Go-Jek* maka perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik agar pelanggan merasa puas dan menjadi loyal. Loyalitas pelanggan merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan sebab apabila perusahaan memiliki seorang pelanggan yang loyal, maka hal itu dapat menjadi aset yang sangat bernilai bagi perusahaan. Loyalitas Pelanggan merupakan suatu bentuk perilaku konsumen yang mengarah pada kemungkinan pembelian ulang, meningkatkan loyalitas pada harga, dan memberikan rekomendasi pada pihak lain (Hidayat & Firdaus, 2014). Loyalitas pelanggan tersebut akan terwujud apabila perusahaan mengetahui langkah yang tepat. Seorang pelanggan itu dapat dikatakan sebagai pelanggan yang loyal apabila seorang pelanggan tersebut mempunyai komitmen yang kuat untuk mengkonsumsi barang atau jasa pada layanan *Go-Jek*. Ada beberapa hal yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan seperti: kemudahan, Persepsi kualitas pelayanan, nilai pelayanan, kepuasan kepercayaan.

Menurut Sanjaya dan Klemens (2016), Persepsi kualitas pelayanan merupakan dasar bagi pemasaran jasa, karena inti produk yang dipasarkan adalah suatu kinerja yang berkualitas dan kinerja yang diberi oleh bagi pemasaran jasa. Persepsi kualitas layanan *Go-Jek* harus ditingkatkan untuk mempertahankan posisi sebagai layanan ojek *online* yang paling diminati. Hal tersebut menjadi

perhatian sangat penting bagi perusahaan untuk lebih meningkatkan kinerjanya dalam melayani konsumen *Go-Gojek*.

Kemudahan memiliki peran untuk diperhatikan sebagai transaksi pembelian secara *online*. Sistem yang berkaitan dengan kemudahan berperan dalam memudahkan dalam pengoperasian. Dalam hal ini pengguna akan mencoba terlebih dahulu Aplikasi untuk dipelajari, setelah itu pengguna dapat mengerti dan merasakan jika situs *online* tersebut mudah digunakan maka akan berlanjut menggunakan dan mengoperasikan Aplikasi tersebut. Pengguna akan mengurungkan niatnya untuk melakukan transaksi pada Aplikasi jika Aplikasi tersebut sulit dioperasikan. *Go-Jek* Indonesia telah merilis aplikasi mobile untuk penggunaannya di Indonesia dengan mempermudah transaksi pemesanan layanan *Go-Jek*. Kemudahan yang diberikan *Go-jek* agar tidak terkalahkan dalam persaingan, fasilitas dan layanan dari berbagai segmen, mengetahui dan keinginan pelanggan serta menciptakan kepuasan pelanggan dalam penggunaan *Go-Jek*.

Menurut Kotler dan Keller (2016) kepuasan adalah sejauh mana suatu tingkatan produk dipersepsikan sesuai dengan harapan pembelian. Kepuasan diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan, pelanggan akan diartikan suatu keadaan dimana harapan pelanggan terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima. Jika produk tersebut jauh dibawa harapan, pelanggan akan kecewa sebaliknya, jika produk tersebut memenuhi harapan, pelanggan akan puas. Ketidakpuasan akan berakibat pada loyalitas yang diberikan pengguna *Go-*

*Jek* jika pengguna *Go-Jek* tidak puas maka tidak akan terciptanya loyalitas untuk menggunakan jasa *Go-Jek* tersebut. Berdasarkan latar belakang di atas maka penelitian mengambil judul: **“Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan Dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan *Go-Jek*”**

## **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah Persepsi Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan *Go-Jek*?
2. Apakah Kemudahan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan *Go-Jek*?
3. Apakah Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan *Go-Jek*?
4. Apakah Persepsi Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan *Go-Jek*?
5. Apakah Kemudahan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan *GO-Jek*?
6. Apakah Persepsi Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan yang dimediasi Kepuasan Pelanggan *Go-Jek*?
7. Apakah Kemudahan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan yang dimediasi Kepuasan Pelanggan *Go-Jek*?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan *Go-Jek*.

2. Untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Kemudahan terhadap Kepuasan Pelanggan *Go-Jek*.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan *Go-Jek*.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan *Go-Jek*.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Kemudahan terhadap Loyalitas Pelanggan *Go-Jek*.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Persepsi Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan yang dimediasi Kepuasan Pelanggan *Go-Jek*.
7. Untuk mengetahui dan menganalisis Kemudahan terhadap Loyalitas Pelanggan yang dimediasi Kepuasan Pelanggan *Go-Jek*.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa manfaat yang didapat baik secara Teoritis maupun secara praktik adalah:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat menjadi sarana untuk melatih dan memperluas wawasan penelitian pada bidang manajemen pemasaran yang berkaitan dengan Kepuasan Pelanggan dan sebagai referensi pada penelitian selanjutnya

## 2. Manfaat Praktik

Bagi pihak perusahaan diharapkan bisa dijadikan sebagai salah satu dasar pertimbangan dalam menentukan kebijakan dan langkah perusahaan dalam menentukan strategi pemasaran yang berorientasi pada Kepuasan Pelanggan.