

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman yang makin pesat, semakin hari manusia semakin kreatif dan inovatif menciptakan bisnis baru, terutama bisnis yang menyediakan jasa transportasi. Karena manusia pada zaman sekarang membutuhkan transportasi yang cepat, nyaman, aman dan mudah ditemukan. Didaerah perkotaan seperti kota padang yang cukup luas dan penduduknya yang lumayan padat, kemacetan sering terjadi dan masyarakat banyak yang menggunakan kendaraan pribadi sehingga memicu kemacetan tersebut. Dan untuk masyarakat yang menggunakan transportasi umum lebih jenuh ketika menghadapi kemacetan yang terjadi. Transportasi atau pengangkutan merupakan bidang kegiatan yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Dengan menyadari pentingnya peranan transportasi, maka lalu lintas dan angkutan jalan harus ditata dalam suatu sistem transportasi nasional secara terpadu dan mampu mewujudkan ketersediaan jasa transportasi yang sesuai dengan tingkat kebutuhan lalu lintas dan pelayanan angkutan yang tertib, nyaman, cepat, lancar dan berbiaya murah.

Gojek merupakan sebuah perusahaan teknologi Indonesia yang menyediakan jasa layanan online. Aplikasi Go-jek sangat mudah digunakan baik oleh para pelajar, pekerja, dan masyarakat luas lainnya. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2009

di Jakarta oleh Nadiem Markarim. Saat ini, Gojek telah tersedia di 50 kota di Indonesia. Hingga bulan Juni 2017, aplikasi Gojek sudah diunduh sebanyak hampir 10 juta kali di Google Play pada sistem operasi Android, dan telah tersedia di App Store.

Semenjak pertama kali berdirinya tahun 2009 perusahaan *Go-Jek* ini baru di aplikasikan pada tahun 2015, dengan beberapa layanan yang dapat kita lihat pada gambar 1.1 berikut ini:

GAMBAR 1. 1

Gambar Layanan Go-jek Saat Pertama Kali Diluncurkan



Sumber : <https://modgojekapk.blogspot.com/2016/08/macam-macam-tipe-order-jasa-aplikasi.html>

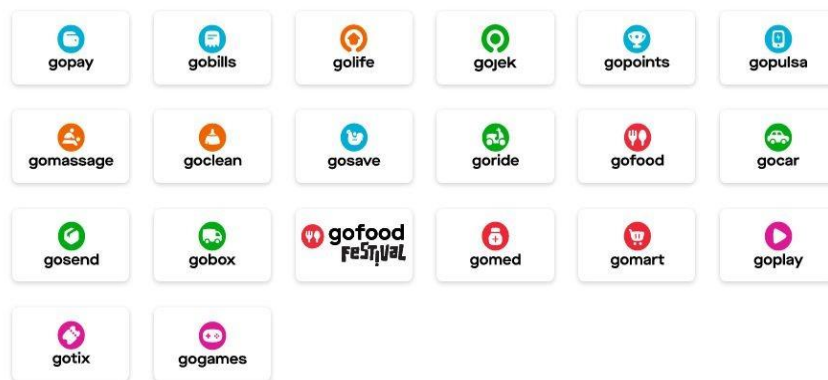
Pada gambar 1.1 dapat kita lihat beberapa layanan yang disediakan oleh gojek pada saat pertama kali. Melalui aplikasi ini, pengendara gojek dapat melihat order

yang masuk dan lokasi pemesanannya untuk ditanggapi, dan pelanggan dapat memantau posisi pengandara gojek yang menanggapi orderan.

Aplikasi ini membuat gojek semakin dikenal masyarakat luas. Selain fitur ojek online untuk penumpang (*Go Ride*), Jasa *Go-Jek* online Indonesia juga mengembangkan berbagai alternatif penyediaan jasa lainnya yaitu: *Go-Pay*, *Go-Bills*, *Go-Life*, *Go-Points*, *Go-Pulsa*, *Go-Message*, *Go-Clean*, *Go-Save*, *Go-Ride* dan *Go-Food*, *Go-Car*, *Go-Send*, *Go-Box*, *Go-Food Festival*, *Go-Med*, *Go-Mart*, *Go-Pay*, *Go-Tix*, *Go-Games* dan lainnya.

Gambar 1. 2

Macam-Macam Dari Layanan Go-jek Yang Disediakan Saat Ini:



Sumber : <https://www.suarasurabaya.net/ekonomibisnis/2020/gojek-phk-430-karyawan-pastikan-dapat-pesangon-di-atas-standar/>

Dari gambar 1.2 layanan di atas yang telah disediakan oleh pihak Go-Jek tersebut sangat membantu masyarakat dalam melakukan kegiatan kesehariannya, seperti aktivitas pekerjaan, kuliah, travelling, penelitian, perdagangan maupun perjalanan

lainnya. Untuk dapat menjaga eksistensi jasa GoJek online Indonesia dari derasnya persaingan bisnis dewasa ini, PT. GoJek Indonesia harus mampu meningkatkan kepuasan konsumen pengguna jasa GoJek Online Perdana, (2017). **Fatimah et al, (2022)**

Kepuasan ataupun ketidakpuasan konsumen kini menjadi pembicaraan yang hangat ditingkat internasional, nasional, industri, dan perusahaan. Konsumen yang menjadi objek atau sasaran jasa yang ditawarkan oleh perusahaan haruslah bisa merasakan sebuah nilai kepuasan dari jasa yang digunakan Yuniar, (2012). Apabila konsumen merasa puas terhadap jasa yang ditawarkan oleh perusahaan maka akan berdampak terhadap tingginya tingkat penggunaan jasa yang ditawarkan. Akan tetapi sebaliknya apabila konsumen merasa tidak puas terhadap jasa yang ditawarkan oleh perusahaan maka akan berdampak terhadap menurunnya tingkat penggunaan jasa dan bisa jadi konsumen akan beralih ke perusahaan pesaing Dwisinta & Magdalena, (2019). **Fatimah et al., (2022)**

Selanjutnya, hal terpenting yang perlu diketahui konsumen di dalam proses konsumsi adalah besarnya harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan baik produk maupun jasa. Definisi harga menurut Grewal dan Levy dalam buku Tjiptono Fandy (2008), harga sebagai pengorbanan keseluruhan yang bersedia dilakukan konsumen dalam rangka mendapatkan produk atau jasa spesifik. Menurut Kotler dan Amstrong (2012), harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa,

atau jumlah dari nilai yang ditukar Konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk tersebut. **Abdul Gofur, (2019)**

Selain harga, kualitas pelayanan juga merupakan faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2007:25), menyatakan bahwa kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan, dimana persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan. Menurut Tjiptono (2014:268), merumuskan kualitas jasa atau pelayanan sebagai berikut: “Definisi kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan”. **Maramis et al., (2018)**

Setelah pelanggan menerima sesuai apa yang diharapkan dari GO-Jek maka tentunya pelanggan dengan sendirinya merasa puas sehingga timbul adanya loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan merupakan kunci keberhasilan suatu perusahaan barang atau jasa. Menurut Samuel dan Wijaya dalam Masruri dan Supriyatin, (2013) loyalitas pelanggan dapat terwujud jika tercapainya sebuah kepuasan pada pelanggan dan salah satu cara untuk mencapai kepuasan tersebut jika perusahaan dapat memberikan kualitas seorang pelanggan merasa puas atas kualitas pelayanan yang diterimanya maka pelanggan tersebut akan terus melakukan pembelian ulang. **Setyowati, (2018)**

Selanjutnya, Go-Jek melakukan penyesuaian harga/tarif pada layanan Go-Ride dan Go-Car. Dimana kenaikan harga/tarif dilakukan untuk mendorong potensi

pendapatan yang lebih baik bagi mitra yang disebabkan oleh kenaikan harga BBM. Berikut adalah tabel perbandingan harga Go-Ride dan Go-Car pada bulan Agustus 2022 dan bulan September 2022 di kota Padang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1. 1
Perbandingan Harga Go-Ride dan Go-Car
Bulan Agustus dan September
Pada Go-Jek Di Kota Padang Tahun 2022

Layanan Transportasi online	Harga untuk motor bulan Agustus	Harga untuk motor bulan September
Go-Ride	Rp.1.850 /KM	Rp.2.300 /KM
Go-Car	Rp.2.250 /KM	Rp.3.500 /KM

Sumber : <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220912062745-37-371152/bawa-duit-lebih-segini-tarif-ojol-yang-berlaku-hari-ini>

Berdasarkan tabel 1.1 dapat kita lihat perbandingan harga Go-Ride dan Go-Car per/KM dibulan Agustus dan Serptember, yang mana harga tersebut diambil dari perbandingan sebelum dan sesudah bahan bakar minyak (BBM) naik. Tetapi pada saat sekarang ini semua tarif ojek online mengalami kenaikan harga karna adanya kenaikan harga BBM dari pemerintah.

Tarif Go-Ride pada bulan agustus Rp 1.850 /KM naik menjadi Rp 2.300 /KM dibulan September dan tarif Go-Car bulan Agustus Rp 2.250 /KM naik menjadi Rp 3.500 /KM nya. Jadi untuk harga tersebut bisa berrubah-ubah karena peraturan/kebijakan dari pemerintah dan peraturan dari aplikasi ojek online tersebut, Seperti halnya dari jarak yang melebihi 4 KM maka tarifnya akan naik sesuai keadaan ,kendaraan dan jarak yang ditempuh. Pembayaran akan lebih murah jika

menggunakan Go-Pay karena waktu pemesanan kita sudah membayar melalui aplikasi Go-Jek nya langsung karena banyaknya diskon yang disediakan untuk pembayaran melalui Go-Pay. Berbeda dengan pembayaran tunai atau cash itu akan sedikit lebih mahal karena kurang tersedianya diskon untuk pembayaran secara tunai atau cash.

Go-Jek lebih banyak digunakan dibandingkan Grab dikarenakan pelayanan yang lebih baik dan harga yang lebih terjangkau. Persaingan yang ketat menyebabkan pembisnis harus menjadikan tujuan utamanya yaitu loyalitas melalui pelayanan dan harga yang bersaing. Kepuasan menjadi salah satu tolak ukur loyalitas pelanggan. Berdasarkan perbandingan tersebut, dapat kita lihat pada tabel 1.2 Top Brand Index (TBI) Jasa transportasi Ojek Online 2020-2022:

Tabel 1. 2
Top Brand Index
Jasa Transportasi Ojek Online 2020-2022

Jasa Transportasi Online	2020	2021	2022
Gojek	47.3%	53%	54.7%
Grab	43.5%	39%	36.7%

Sumber: <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>

Berdasarkan dari tabel 1.2 menunjukkan bahwa salah satu jasa transportasi online Go-Jek menempati posisi pertama dari data Top Brand (TBI) tahun 2020 yaitu sebesar 47,3% dan diikuti oleh Grab yaitu sebesar 43,5%. Dan di tahun 2021 mengalami peningkatan yang sangat pesat yaitu sebesar 53% dan Grab mengalami penurunan

yaitu sebesar 39%. Kemudian ditahun berikutnya 2022 Go-Jek mengalami peningkatan lagi yaitu sebesar 54.7%. Dan Grab mengalami penurunan menjadi 36,7%.

Dari data yang dilansir oleh situs resmi top brand award ini menyatakan bahwa Go-Jek berada pada posisi pertama lalu diikuti oleh Grab, yang mana artinya bahwa situs Go-Jek sangat diminati oleh konsumen di Indonesia. Kehadiran ojek berbasis teknologi informasi sebagai transportasi umum roda dua merupakan salah satu jawaban dari solusi tepat dan cerdas terutama dari keunggulan dalam hal harga yang murah. Selain itu, fitur-fiturnya di klasifikasikan sesuai dengan kebutuhan yang membuat aplikasi mobile Go-Jek dapat berkualitas dan sukses digunakan di Indonesia. Hingga saat ini Go-Jek telah beroperasi di Kota Padang, Sumatera Barat dan juga di beberapa wilayah yang ada di Sumatera Barat seperti kota Padang Panjang, Bukittinggi dan Payakumbuh.

Secara umum jika kita lihat untuk perkembangan penggunaan Go-Jek dari tahun 2020-2022 itu mengalami peningkatan, disinyalir disebabkan oleh pelayanan, harga dan loyalitas melalui kepuasan. Maka hal ini juga sejalan dengan riset-riset terdahulu. Dalam penelitian **Bouman dan Wiele (1992: 5), (2017)**, membuktikan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen mempengaruhi minat beli ulang, kualitas produk tidak mempengaruhi minat beli ulang. Dalam penelitian **Nalendra, (2018)**, kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan positif terhadap loyalitas pelanggan. Dalam penelitian **Maramis et al, (2018)**, harga secara simultan dan parsial berpengaruh terhadap kepuasan

konsumen. Perusahaan harus bisa menentukan strategi yang tepat agar perusahaan tersebut dapat bertahan.

Dalam penelitian **Setyowati, (2018)**, hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh oleh Bei dan Chiao dalam Malik *et al.* (2012), menemukan bahwa keadilan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan, dan berpengaruh secara langsung maupun secara tidak langsung dengan loyalitas yang diperantarai oleh kepuasan pelanggan. Dalam penelitian **Cindy, (2022)**, hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rowley (2005), kepuasan pelanggan sangat penting untuk keberlanjutan bisnis. Karena kepuasan sangat penting untuk pengembangan konsumen dan kesuksesan perusahaan, pengaruhnya terhadap loyalitas sangatlah signifikan.

Dari uraian tersebut maka peneliti mengangkat judul penelitian yaitu **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA PADA GO-JEK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDY KASUS PADA MAHASISWA UPI YPTK PADANG).**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan fenomena di atas banyak yang mempengaruhi loyalitas konsumen, maka diidentifikasi sebagai berikut :

1. Terdapat beberapa pelanggan pengguna Go-Jek yang memiliki persepsi tidak baik terhadap kualitas pelayanan pada jasa Go-Jek di kota padang.

2. Adanya beberapa pelanggan pengguna Go-Jek yang memiliki persepsi mahal terhadap harga jasa Go-Jek.
3. Adanya ketidakpuasan pelanggan membuat keputusan pelanggan terhadap Go-Jek mudah beralih ke transportasi merek yang lain.
4. Terjadinya persaingan antara harga dan pelayanan pada Go-Jek dan Grab.
5. Adanya kenaikan tarif harga Go-Jek saat naiknya harga BBM.
6. Adanya kenaikan harga yang melebihi jarak 4 KM sesuai keadaan, kendaraan dan jarak yang ditempuh.
7. Adanya pembayaran tunai sedikit lebih mahal dari pembayaran melalui Go-Pay.

1.3 Batasan Masalah

Agar terfokusnya penelitian ini maka penulis akan membatasi masalah ini dengan :

1. Pelayanan (X1) dan Harga (X2) sebagai Variabel Bebas, kemudian Loyalitas (Y) sebagai Variabel Terikat dan Kepuasan (Z) sebagai Variabel Intervening.
2. Objek penelitian ini adalah Mahasiswa UPI YPTK Padang pengguna Gojek.
3. Jangka waktu penelitian ini diperkirakan selama 4 bulan yaitu dimulai dari bulan Oktober 2022 sampai Januari 2023.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah yaitu:

1. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pengguna gojek?
2. Bagaimanakah pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pengguna gojek?

3. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan konsumen pengguna gojek ?
4. Bagaimanakah pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pengguna gojek?
5. Bagaimanakah pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan pengguna gojek?
6. Apakah kepuasan konsumen mampu memediasi pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pengguna gojek?
7. Apakah kepuasan konsumen mampu memediasi harga terhadap loyalitas pelanggan pengguna gojek?

1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.5.1 Tujuan Penelitian

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada pengguna gojek
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada pengguna gojek.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna gojek.
4. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna gojek.

5. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna gojek.
6. Untuk mengetahui kepuasan konsumen mampu memediasi kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pengguna gojek.
7. Untuk mengetahui kepuasan konsumen mampu memediasi harga terhadap loyalitas pelanggan pengguna gojek.

1.5.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Secara teoritis.

- Bagi penulis.

Sebagai implementasi ilmu yang telah diperoleh pencipta selama berkuliah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang.

- Bagi Peneliti Selanjutnya.

Dapat digunakan sebagai referensi dan pedoman untuk melakukan penelitian lanjutan selain itu juga sebagai bahan perbandingan bagi pihak yang mengadakan penelitian dalam bidang yang sama.

- Bagi Akademis.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber data bagi ilmu pengetahuan yang datang dan dapat menjadi sumber referensi bagi mereka yang akan meneliti nantinya.

2. Secara Praktis.

- Bagi Perusahaan Go-Jek.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak pengelola jasa dalam menetapkan kebijakan – kebijakan mengenai loyalitas pelanggan terutama hal – hal yang berkaitan dengan pelayanan, harga dan kepuasan konsumen.