

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Di zaman yang serba canggih seperti sekarang, inovasi yang saat ini begitu digemari oleh masyarakat yaitu adanya aplikasi transportasi online, tidak hanya digemari, transportasi online pun telah membawa dampak yang cukup besar bagi kehidupan masyarakat. Salah satunya perusahaan dari Indonesia penyedia jasa transportasi online yaitu PT Karya Anak Bangsa (GOJEK). Kehadiran Gojek langsung disambut baik oleh masyarakat.

Aplikasi Gojek dengan mudahnya dapat diakses dari gadget, kapanpun dan dimanapun selama terhubung dengan koneksi internet. Jasa Gojek pun semakin lama semakin tumbuh menjadi bagian dari kegiatan dan gaya hidup masyarakat yang tak dapat dihindari kehadirannya saat ini. Aplikasi dan ekosistem Gojek telah diunduh oleh lebih dari 155 juta pengguna, dengan lebih dari 2 juta mitra pengemudi, hampir 400.000 mitra merchants, dan lebih dari 60.000 penyedia layanan. Dengan banyaknya perusahaan yang bergerak dibidang yang sama, PT Karya Anak Bangsa (GOJEK) melakukan suatu kebijakan pada awal tahun 2019, dengan melakukan penurunan tarif.

(Widayatma & Lestari, 2018) Loyalitas pelanggan adalah pembelian ulang suatu merek secara konsisten oleh pelanggan. Loyalitas pelanggan bisa muncul

karena adanya kepuasan pelanggan sebagai akibat dari layanan yang berkualitas yang memenuhi harapan pelanggan sehingga tidak beralih ke produk lain.

Menurut (Annisa, 2020) bahwa *e-service* dapat didefinisikan sebagai layanan *website* yang memfasilitasi pelanggan dalam berbelanja, membeli, dan memberikan produk secara efisien dan efektif. Seperti yang ada dalam definisi di atas, arti dari layanan tersebut mencakup sebelum dan pada saat pelayanan pada *website*. Jika pelayanan elektronik sudah dapat di nikmati oleh pelanggan, pelanggan dapat menggunakan dengan mudah dan nyaman maka akan tercipta suatu kepuasan yang akan di rasakan oleh pelanggan pada layanan elektronik yang di diberikan oleh perusahaan.

Faktor lainnya yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan adalah Kepuasan. Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai penilaian yang dilakukan oleh pelanggan terhadap produk atau layanan tertentu, apakah produk atau layanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan mereka. Kepuasan pelanggan juga diartikan sebagai reaksi emosional pelanggan setelah pembelian yang berupa reaksi kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, netralitas, kegembiraan atau kesenangan (Sari, 2020).

Penelitian Yang Dilakukan Oleh (Aditya, 2017) Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISMA Pengguna Jasa Go-Jek). Metode Penelitian Yang Digunakan Deskriptif Kuantitatif. Hasil Penelitian Menunjukkan Bahwa *E - Service Quality* Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui

Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISMA Pengguna Jasa Go-Jek).

Penelitian Yang Dilakukan Oleh (Hidayat, 2017) Pengaruh *E-Service Quality* terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pengguna Aplikasi Go-Jek di Kota Malang). Metode Penelitian Yang Digunakan Deskriptif Kuantitatif. Hasil Penelitian Menunjukkan *E-Service Quality* Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pengguna Aplikasi Go-Jek di Kota Malang).

Penelitian Yang Dilakukan Oleh (Felicia, 2016) Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek Melalui Kepuasan Pelanggan. Metode Penelitian Yang Digunakan Deskriptif Kuantitatif. Hasil Penelitian Bahwa *E - Service Quality* Berpengaruh Positif Dan Signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.

Penelitian Yang Dilakukan Oleh (Melinda, 2017) Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap *E-Loyalty* Pelanggan Go-Jek Melalui *E-Satisfaction* Pada Kategori Go-Ride. Metode Penelitian Yang Digunakan Deskriptif Kuantitatif. Hasil Penelitian Bahwa *E - Service Quality* Berpengaruh Positif Dan Signifikan terhadap *E-Loyalty* Pelanggan Go-Jek Melalui *E-Satisfaction* Pada Kategori Go-Ride.

Gojek adalah penyedia jasa transportasi ojek yang pemesanannya dapat dilakukan melalui aplikasi yang tersedia di Google Playstore. Ide penyedia jasa Gojek ini didasari adanya peluang perkembangan teknologi dan masalah kemacetan transportasi. Perkembangan teknologi memudahkan setiap pengguna

menggunakan telephon genggam untuk berkomunikasi dan melakukan pemesanan jasa transportasi.

Berikut data perbandingan tarif Gojek dengan kompetitornya Grab pada tahun 2020 Yang terlihat pada Tabel 1.1 :

**Tabel 1.1**  
**Perbandingan Tarif Gojek dengan Grab tahun 2020**

PT Karya Anak Bangsa (GOJEK)		GRAB	
Kondisi	Keterangan	Kondisi	Keterangan
<b>Jam sibuk (Rush Hour)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pagi: 06.00-09.00</li> <li>Sore: 16.00-19.00</li> </ul>	<b>Jam sibuk (Rush Hour)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pagi: 06.00-09.00</li> <li>Sore: 16.00-19.00</li> </ul>
<b>Tarif</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rp 2.500 per km (Jarak 0-12 km)</li> <li>Di atas 12 km berubah menjadi Rp 3.000 per- km</li> </ul>	<b>Tarif</b>	Tarif GrabBike mengalami kenaikan sebesar 10% semenjak 21 Agustus 2017, yaitu menjadi: <ul style="list-style-type: none"> <li>Rp 1.750 per km untuk 12 km pertama.</li> <li>Di atas 12 km ada penambahan Rp 3.000 per-km</li> <li>Biaya tambahan pada jam sibuk = Rp 2.500</li> </ul>

*Sumber:* <https://wisatabagus.com/perbandingan-gojek-dan-grab/>

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa tariff Grab lebih rendah dari Gojek yang membuat banyak konsumen meilih Grab, dan apabila Gojek ikut menurunkan tarifnya maka akan membuat driver Gojek tidak meperhatikan *E-Service Quality* pada konsumen dimana selama ini citra perusahaan Gojek dimata masyarakat sangat baik karna Gojek dikenal sebagai penyedia jasa transportasi

online yang nyaman, aman dan tetap waktu dari penyedia jasa transportasi online lainnya, sehingga membuat konsumen loyal terhadap Gojek. Namun sekarang ini juga masih adanya driver yang tidak melayani konsumen dengan baik yang membuat konsumen tidak loyal dan puas pada Gojek.

Loyalitas konsumen terhadap Gojek akan tercapai jika perusahaan memperhatikan *E-Service Quality* demi mendapatkan loyalitas konsumen yang diharapkan perusahaan. Indikator konsumen yang loyal akan selalu menggunakan Gojek secara berulang dan tidak mudah terpengaruh terhadap nilai negatif tentang Gojek itu sendiri. Ini merupakan suatu hal yang diharapkan oleh perusahaan sehingga akan berdampak positif terhadap perusahaan, sedangkan jika konsumen tidak loyal maka akan berdampak negatif bagi perusahaan, lebih buruknya akan beralih ke perusahaan penyedia jasa transportasi online lain. Maka dari itu loyalitas konsumen merupakan faktor yang penting untuk mencapai hasil yang optimal.

Berdasarkan uraian diatas, dapat dilihat terdapat perbedaan hasil penelitian, dengan adanya perbedaan hasil penelitian ini penulis tertarik melakukan penelitian dengan menambah variabel baru dan objek penelitian yang juga berbeda, dengan judul penelitian “ **Pengaruh *E - Service Quality* Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Gojek**”.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Dari uraian latar belakang, maka penulis dapat menentukan identifikasi masalahnya sebagai berikut :

1. *E - Service Quality* yang masih rendah akan membuat pelanggan kurang puas.
2. Kepuasan pelanggan masih rendah menyebabkan menurunnya loyalitas pelanggan.
3. Tarif Gojek yang termasuk kalah rendah oleh kompetitor lain akan berdampak pada kepuasan pelanggan.
4. Daya tarik Gojek masih rendah akan membuat pelanggan tidak puas.
5. Citra perusahaan yang rendah karena ulah driver akan menyebabkan tidak puasnya pelanggan pada Gojek.
6. Promosi yang dilakukan perusahaan masih belum optimal akan berdampak pada kepuasan pelanggan.
7. Sikap driver yang kurang bagus berdampak pada kepuasan pelanggan.
8. Masih minimnya inovasi yang dilakukan perusahaan Gojek membuat kepuasan pelanggan menurun.
9. Keunggulan bersaing Gojek masih rendah berdampak pada kepuasan pelanggan.

### **1.3. Batasan Masalah**

Guna lebih memberikan arahan dan memudahkan dalam penelitian ini, penulis akan membatasi masalah ini dengan *E - Service Quality* (X1) sebagai variabel bebas, Dan Loyalitas Pelanggan (Y) sebagai variabel terikat, serta Kepuasan Pelanggan (Z) sebagai variabel intervening pada Gojek.

#### **1.4. Rumusan Masalah**

Dari uraian latar belakang, identifikasi masalah dan batasan masalah diatas perumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh *E - Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan pada Gojek?
2. Bagaimana pengaruh *E - Service Quality* terhadap Loyalitas Pelanggan pada Gojek?
3. Bagaimana pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Gojek ?
4. Bagaimana pengaruh *E - Service Quality* terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai variabel intervening pada Gojek ?

#### **1.5. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

##### **1.5.1. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian diatas adalah :

1. Untuk menganalisis dan mengetahui seberapa besar pengaruh *E - Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan pada Gojek
2. Untuk menganalisis dan mengetahui seberapa besar pengaruh *E - Service Quality* terhadap Loyalitas Pelanggan Dinas perhubungan kota padang
3. Untuk menganalisis dan mengetahui seberapa besar pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Gojek
4. Untuk menganalisis dan mengetahui seberapa besar pengaruh *E - Service Quality* terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai variabel intervening pada Gojek

### 1.5.2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

#### 1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berharga mengenai faktor-faktor yang berkaitan dengan *E - Service Quality* terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel intervening.

#### 2. Bagi Penulis

Sebagai sarana dalam mengembangkan ilmu pengetahuan dan menambah wawasan penulis dibidang manajemen sumber daya manusia khususnya sdibidang *E - Service Quality* terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel intervening.

#### 3. Bagi Peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai dasar untuk melakukan penelitian lebih lanjut terutama tentang *E - Service Quality*, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan.

