

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kemajuan di era globalisasi saat ini membuat kehidupan manusia berkembang semakin pesat. Kemajuan tersebut ditandai dengan semakin tingginya aktivitas dan tingkat Mobilitas Penduduk yang diiringi dengan bertambah banyaknya pilihan Sarana Transportasi yang tersedia saat ini. Pilihan alat transportasi yang semakin beragam membuat masyarakat memiliki lebih banyak pilihan dalam menggunakan Jasa Transportasi yang sesuai dengan kebutuhan masing-masing. Banyak perusahaan transportasi yang menawarkan berbagai macam layanan jasa dengan harga dan fasilitas yang berbeda. Oleh karena itu, masyarakat menjadi semakin berhati-hati dalam menentukan pilihan mereka. Masyarakat akan mencari sarana Transportasi yang sesuai dengan keinginan atau harapan mereka sehingga bisa memberikan kepuasan tersendiri.

Namun perkembangan Teknologi saat ini juga mendukung Masyarakat untuk mendapatkan Transportasi dengan lebih mudah, Kecanggihan alat Transportasi di abad 21 tidak dapat terbendung lagi. Hal ini terbukti dengan adanya berbagai bidang seperti dari bidang komunikasi. Pemanfaatan teknologi bukan hanya di bidang komunikasi saja tetapi Teknologi dimanfaatkan pada bidang Pendidikan, Ekonomi, Pertanian, Keamanan, transportasi dan lain-lain. 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.

Dengan bermunculan berbagai masalah transportasi, semakin banyak pula bisnis sektor jasa transportasi yang berpeluang untuk berbisnis, seperti bisnis dalam skala besar taxi, bus sampai skala kecil becak motor, angkot ataupun ojek pangkalan. Untuk memenuhi kebutuhan akan jasa transportasi tersebut, perlu adanya penyedia jasa yang memberikan pelayanan yang baik dan inovatif. Inovasi bukanlah hanya sekedar proses penciptaan sesuatu yang baru, tetapi dia juga merupakan produk *actual* atau *outcome* (hasil). Bagi bisnis penghasil jasa, *outcome* bukan hasil output, akan tetapi modifikasi dari pelayanan yang sudah ada. Sehingga perusahaan jasa transportasi membuat inovasi yang mempermudah masyarakat serta mempersingkat waktu perjalanan. Jasa transportasi yang memiliki pelayanan yang cepat dari segi komunikasi untuk pemesanan, sehingga masyarakat lebih memilih jasa tersebut karena cukup mudah dan cepat. Untuk mendapatkan loyalitas para pelanggan perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang baik dan tepat agar mempengaruhi loyalitas pelanggannya.

Menurut **(Lovelock, Christopher & Wirtz, 2016)** kepuasan adalah semacam penilaian perilaku yang terjadi setelah pengalaman mengonsumsi layanan. Kebanyakan hasil riset menunjukkan bahwa konfirmasi atau diskonfirmasi dari ekspektasi prakonsumsi adalah faktor yang menentukan dari kepuasan.

Menurut (**Tjiptono, 2016**) Kualitas Pelayanan adalah tingkat keunggulan yang di harapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Suatu perusahaan yang mampu memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan akan membuat citra positif bagi perusahaan. Pelayanan yang baik mendorong minat pelanggan untuk menggunakan kembali jasa tersebut sehingga tercipta loyalitas. Perusahaan yang menjualkan jasa berarti menjualkan produknya dalam bentuk kepercayaan. Memberikan pelayanan terbaik untuk konsumen menjadi tolak ukur keberhasilan sebuah perusahaan. Perusahaan yang berhasil memasarkan produk/jasanya kepada konsumen dengan pelayanan yang memuaskan mendapatkan brand yang baik dimata konsumen. Pelayanan yang dimaksud termasuk dari pelayanan sewaktu menawarkan produk/jasa, pelayanan ketika memberikan jasa, pelayanan atas resiko yang terjadi saat memberikan jasa dan pelayanan lain sebagainya.

Sejak kehadiran PT GO-JEK Indonesia di kota Padang pada tanggal 1 April 2017 lalu, memberikan dampak positif bagi para penggunanya,. Kantor pusatnya beralamat di jalan Iman Bonjol NO.21A, Belakang Pondok, Padang Selatan. GO-JEK menjadi solusi utama dalam pengiriman barang, pesan antar makanan, dan bepergian ketika macet bahkan sekarang sudah menjadi kebutuhan masyarakat karena dinilai sangat membantu masyarakat dalam hal apapun. Konsumen merasa lebih mudah dan cepat memakai GO-JEK dengan harga yang terjangkau.

Aplikasi GO-JEK juga dapat diunduh pada smartphone yang memiliki sistem operasi iOS atau pun Android. Dengan menggunakan aplikasinya di smartphone pelanggan dapat diantar dan dijemput sesuai tujuan. Selain itu GO-JEK juga menyediakan layanan lainnya seperti GO-RIDE dan GO-CAR layanan transportasi, GO-FOOD yang dapat menjemput makanan dari cafe atau tempat makan yang tersedia, GO-MART yang digunakan untuk membelanjakan kebutuhan sehari-hari, GO-BOX dan GO-SEND layanan kurir instan dan layanan yang belum tersedia di kota Medan GO-GLAM, GO-CLEAN dan GO-MASSAGE. Untuk saat ini GO-JEK tidak asing lagi di telinga masyarakat perkotaan khususnya kota Padang, sehingga penyedia jasa ini ingin membuat pelanggannya merasa nyaman dan puas. Jika konsumen puas dan nyaman, maka mereka akan menggunakan jasa ini berulang kali sampai bisa menjadi pelanggan setia sehingga perusahaan GO-JEK menjadi market leader dan perusahaan ini menjadi perusahaan yang maju serta dipercaya oleh pelanggan di Indonesia.

Berikut bukti minat pelanggan secara nasional berdasarkan aplikasi di playstore pada tahun 2015-2018.

Tabel 1.1
Daftar Tiga Ojek Online pada tahun 2017

No.	Transportasi online	Jumlah Pengguna	Presentase pertumbuhan
1.	Gojek	8794 k	87,9%
2.	Grabbike	8351 k	83,5%
3.	User	2000 k	20,0%

(Sumber: <https://www.idntimes.com/business/economy/putrianacahya/persainganti-gatransportasi-online-tersebar/full>)

Berdasarkan tabel 1.1 diatas menunjukkan bahwa gojek yang berhasil menguasai konsumen di indonesia di tahun 2017. Dan dengan mendominasinya Gojek sebagai ojek online pertama yang bisa mengalahkan pesaingnya bukan berarti Gojek tidak ada kekurangan/ kelemahan, ada beberapa kelemahan/ kekurangan yang juga harus di perhatikan Gojek untuk menjadi bahan evaluasi bagi Gojek untuk tetap bisa berada di atas para pesaingnya.

Berdasarkan dari hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh **(Ristiani, 2017)** Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Kemudian penelitian yang dilakukan **(Wahab, 2017)** Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Kemudian penelitian yang dilakukan **(Ofela, 2016)** Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti mengangkat judul penelitian mengenai **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Online Terhadap Kepuasan Pelanggan (studi kasus pada mahasiswa yang menggunakan transportasi GO-JEK di Universitas Putra Indonesia YPTK Padang)”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan fenomena diatas dalam kajian-kajian manajemen pemasaran banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam hal jasa transportasi, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan yang masih kurang.
2. Ada juga driver yang memiliki attitude yang kurang sopan.

3. Keterlambatan waktu penjemputan.
4. Untuk pemesanan go-food terkadang tidak sesuai dengan permintaan konsumen.
5. Biaya ojek online yang diatur oleh sistem, terkadang konsumen mendapatkan harga yang kemahalan.
6. Karena mengejar targer, banyak driver yang terburu-buru dan kurang hati-hati.
7. Sering terjadinya kendala teknis dalam hal pemesanan, biasanya dipengaruhi jaringan atau perangkat ojek online yang ngedrop.

1.3 Batasan masalah

Agar terfokusnya penelitian ini maka masalah yang dibatasi sebagai variabel bebas yaitu *Reliability, Assurance, Tangibility, Empathy, Responsiveness*. Variabel terikat Kepuasan Pelanggan dengan objek penelitian GO-JEK.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disimpulkan maka dapat di uraikan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh *Reliability* terhadap Kepuasan Pelanggan ?
2. Bagaimana pengaruh *Assurance* terhadap Kepuasan Pelanggan ?
3. Bagaimana pengaruh *Tangibility* terhadap Kepuasan Pelanggan ?
4. Bagaimana pengaruh *Empathy* terhadap Kepuasan Pelanggan ?
5. Bagaimana pengaruh *Responsiveness* terhadap Kepuasan Pelanggan ?
6. Bagaimana pengaruh *Reliability, Assurance, Tangibility, Empathy* dan *Responsiveness* secara bersama-sama terhadap Kepuasan Pelanggan ?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka dapat disimpulkan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Reliability* terhadap Kepuasan Pelanggan.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Assurance* terhadap Kepuasan Pelanggan.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Tangibility* terhadap Kepuasan Pelanggan.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Empathy* terhadap Kepuasan Pelanggan.
5. Untuk mengetahui pengaruh *Responsiveness* terhadap Kepuasan Pelanggan.
6. Untuk mengetahui pengaruh *Reliability*, *Assurance*, *Tangibility*, *Empathy* dan *Responsiveness* secara bersama-sama terhadap Kepuasan Pelanggan.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis
Dapat menambah pengetahuan dan wawasan terhadap ilmu pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan pengaruh *service quality* terhadap hubungan penggunaan jasa dan kepuasan konsumen.
2. Bagi perusahaan
Penelitian ini diharapkan menjadi sumber informasi untuk mengetahui faktor apa saja yang berpengaruh terhadap tingkat penggunaan jasa dan bagaimana pengaruh kepuasan dalam segi *service quality* sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan bagi keputusan manajemen.
3. Bagi peneliti selanjutnya
Penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan referensi bagi penelitian-penelitian berikutnya dan mampu memperbaiki serta menyempurnakan kelemahan dalam penelitian ini.