

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini Perkembangan teknologi informasi di Indonesia terus berkembang serta persaingan bisnis yang dihadapi perusahaan-perusahaan semakin ketat. Hal ini dapat dilihat dari peluang bisnis baru yang tercipta khususnya dalam pemanfaatan pada internet seperti jasa transportasi. Ttransportasi adalah perpindahan manusia atau barang dari satu tempat ketempat lainnya dengan menggunakan sebuah kendaraan yang digerakan oleh manusia atau mesin. **(wikipedia, n.d.)**

Di era modern sekarang, manusia lebih kreatif dan inovatif dalam menciptakan bisnis baru dengan menyatukan antara jasa transportasi dengan kecanggihan teknologi. Karena zaman sekarang masyarakat membutuhkan transportasi yang mudah untuk ditemukan, aman, nyaman, dan cepat. Dengan adanya kecanggihan teknologi transpotasi ini, membuat para pengusaha berpeluang untuk berbisnis, bisnis yang sejenis akan mengalami persaingan yang ketat baik dari segi kualitas pelayanan yang diberikan serta harga yang ditawarkan. Hal ini sangat diperhatikan dalam sebuah keputusan pengguna dimana persaingan dalam dunia bisnis yang sejenis membuat para pengusaha berusaha mempromosikan atau memeberikan daya tarik dalam mendapatkan keputusan pelanggan.

Go-Jek merupakan sebuah perusahaan teknologi asal Indonesia yang menyediakan jasa layanan transportasi berbasis *online*. Aplikasi Go-Jek sangat mudah digunakan baik oleh para pelajar, pekerja, dan masyarakat luas lainnya. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2010 di Jakarta oleh Nadiem Makarim. Perusahaan ini bergerak di bidang jasa layanan transportasi sebagai perantara yang menghubungkan antara para pengendara ojek dengan pelanggan. Pada tanggal 7 Januari 2015, Go-Jek meluncurkan aplikasi berbasis Android dan iOS untuk menggantikan sistem pemesanan menggunakan call center. Melalui aplikasi ini, pengendara ojek dapat melihat order yang masuk dan lokasi pemesannya untuk ditanggapi, dan pelanggan dapat memantau posisi pengendara ojek yang menanggapi orderan. Program ini ternyata disambut positif oleh masyarakat luas. Selain lebih mudah memesan Go-Jek, pelanggan juga dimanjakan dengan tarif yang murah meriah. Aplikasi inilah yang membuat Go-Jek semakin dikenal masyarakat luas. Selain fitur ojek online untuk penumpang (*Go Ride*), Gojek mulai mengembangkan fitur taksi online (*Go Car*), fitur pengantaran barang (*Go Box*), fitur resto online (*Go Food*), dan terdapat juga produk jasa lainnya yaitu: *Go-Send*, *Go-Mart*, *Go-Med*, *Go-Shop*, *Go-Clean*, *Go-Tix*, *Go-Pulsa* dan lainnya (**pranata printing**). Persaingan pada industri jasa transportasi online mengharuskan perusahaan berlomba-lomba untuk memberikan kualitas pelayanan yang terbaik untuk menjaga kepuasan dari pelanggan (**Farida et al., 2016**).

Banyaknya pesaing perusahaan transportasi di Indonesia yang kerap muncul, tentunya Perusahaan Go-Jek tidak bertindak diam akan hal ini mereka berusaha untuk mengupayakan agar dapat mempertahankan konsumen meskipun

pertambahan pesaing semakin banyak didunia jasa transportasi online. Hal ini dapat dilihat dari Keputusan pengguna yang merupakan sikap dari hasil pemutusan yang ditetapkan oleh pengguna setelah mempertimbangkan kualitas, harga serta kepuasan dalam suatu layanan yang terpenuhi.

(**winardi, 2010**) menyatakan keputusan pembelian atau menggunakan jasa merupakan titik suatu pembelian atau pengguna jasa dari proses evaluasi. (**Philip Kotler dan Gary Amstong, 2012**) Perilaku keputusan pembelian mengacu pada perilaku pembelian akhir dari konsumen, baik individual maupun rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi.

Kepuasan pelanggan merupakan faktor yang sangat penting bagi keberadaan, kelangsungan, dan perkembangan perusahaan. Saat ini banyak perusahaan yang semakin memahami pentingnya kepuasan pelanggan dan menjalankan strategi yang mampu memberikan kepuasan bagi konsumennya (**Zahra, 2017**). Kepuasan pelanggan adalah sejauh mana suatu produk dipersepsikan kinerja sesuai dengan harapan pembeli (**P. and G. A. Kotler, 2016**).

Dalam menjalan bisnis atau perusahaan sangat penting adanya Kepuasan pelanggan, untuk itu jasa Go-Jek ini harus menerapkan strategi-strategi seperti memberikan pelayanan yang baik, aman, dan cepat guna memberikan kepuasan pada pelanggan. Namun saat ini masih banyak pelanggan yang merasa tidak puas terhadap Go-Jek, hal ini terlihat dari banyaknya keluhan pelanggan terhadap Go-Jek seperti keluhan pelayanan, tarif harga, dan lainnya.

Menurut **(Tjiptono, Fandy dan Chandra, 2016)** mendefinisikan kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa, manusia, proses dan lingkungan yang mampu memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Menurut **(Kotler, 2016)** kualitas pelayanan mencakup beberapa aspek yang meliputi: kemampuan memberikan pelayanan dengan segera dan memuaskan (*reliability*); keinginan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan yang tanggap (*responsiveness*); kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya para karyawan (*assurance*); kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik serta perhatian yang tulus kepada pelanggan (*empathy*); dan evaluasi fasilitas fisik (*tangibles*).

Dalam hal kualitas pelayanan masih terdapat beberapa hal yang harus dibenahi oleh Go-Jek seperti memberikan jas hujan sebagai standar keselamatan untuk pelanggannya, bahasa yang baik dalam melayankan konsumen, serta keamanan dalam mengendarai kendaraan. Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan” menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Menurut **(P. and G. A. Kotler, 2016)**, 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 atau jasa tersebut. Dalam sudut pandang konsumen, harga dijadikan sebagai pertimbangan dalam membeli produk atau jasa **(Tjiptono, 2014b)**. Menurut

Suryati (**Suryati, 2015**), semakin tinggi harga yang ditawarkan, maka akan menurunkan tingkat kepuasan pelanggan, dan berlaku sebaliknya.

Kualitas pelayanan adalah faktor yang menentukan keberhasilan dimana kemampuan perusahaan dalam memberikan kualitas pelayanan yang berkualitas kepada konsumen dan sebagai strategi perusahaan untuk mempertahankan diri dan mencapai kesuksesan dalam menghadapi persaingan (**Lupiyoadi, 2013**). Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi. Berikut ini gambar macam-macam dari layanan Go-Jek yang disediakan.

Gambar 1.1

Menu Pelayanan Go-Jek



Sumber : <https://dheanurfitrianti.files.wordpress.com/2017/02/s.jpg>

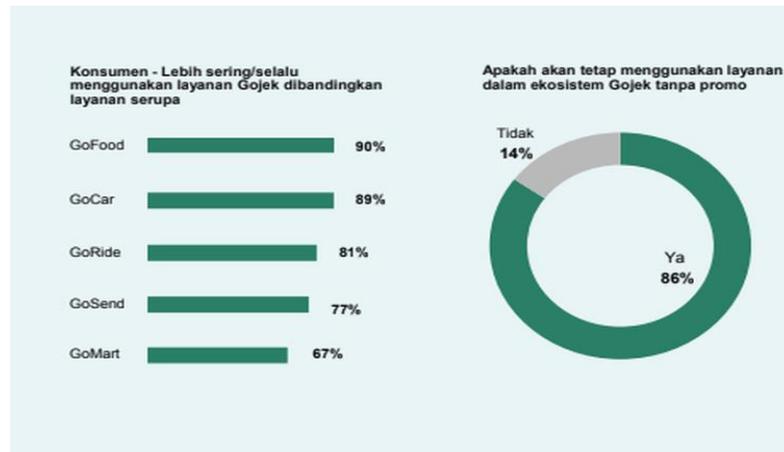
Dari gambar diatas dapat dijelaskan masing-masing menu yang terdapat di layanan Go-Jek yaitu Layanan transportasi sepeda motor yang dapat mengantar kita ke berbagai tempat dengan mudah dan cepat (*Go-Ride*), Layanan transportasi menggunakan mobil untuk mengantar dengan nyaman (*Go-Car*), Layanan pesan

antar makanan (*Go-Food*), Layanan kurir instan yang dapat mengirim surat dan barang dalam waktu 60 menit (*Go-Send*), Layanan yang bisa digunakan untuk berbelanja ribuan jenis barang dari berbagai macam toko (*Go-Mart*), Layanan pindah barang ukuran besar menggunakan truk bak/blind van (*Go-Box*), Layanan jasa pijat kesehatan profesional langsung ke rumah Anda (*Go-Massage*), Layanan jasa kebersihan professional (*Go-Clean*), Layanan jasa perawatan kecantikan langsung ke rumah (*Go-Glam*), Layanan informasi acara dengan akses pembelian dan pengantaran tiket langsung ke tangan kita (*Go-Tix*), Layanan untuk memonitor jadwal layanan bus TransJakarta dan memesan *GO-Ride* untuk mengantarkan kita ke sana (*Go-Busway*). Layanan dompet virtual untuk transaksi kita di dalam aplikasi Go-Jek (*Go-Pay*), Layanan terintegrasi untuk membeli obat-obatan dan kebutuhan medis lainnya dari apotek berlisensi (*Go-Med*). Layanan untuk memenuhi kebutuhan otomotif Anda (*Go-Auto*), Layanan pengisian pulsa langsung dari aplikasi Go-Jek dengan menggunakan *GO-PAY* (Go-Pulsa).

Jasa transportasi memiliki peran dan *implikasi* yang signifikan bagi kehidupan manusia dan merupakan bagian penting dalam menunjang kebutuhan sehari-hari. Seiring dengan perkembangan teknologi, perusahaan transportasi memaksimalkan kinerjanya untuk bersaing dengan perusahaan transportasi lainnya dalam meningkatkan penggunaan layanan jasa transportasi. Berbagai macam jenis layanan yang terdapat di sebuah aplikasi Go-Jek, tentu dapat dilihat layanan apa yang menjadi keputusan pelanggan dalam penggunaan jasa layanan transportasi tersebut. Berikut ini grafis yang menunjukkan pengguna Go-Jek terhadap layanan yang ditawarkan dalam ekosistem Go-Jek.

Gambar 1.2.

Grafis yang menunjukkan tingkat loyalitas pengguna Go-Jek terhadap layanan yang ditawarkan dalam ekosistem Go-Jek.



Sumber : Lembaga demografi fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Indonesia (LD FEB UI)

Pada gambar di atas terlihat bahwa kebanyakan konsumen yang pernah menggunakan layanan Go-Jek, lebih sering atau selalu menggunakan layanan Go-Jek dibandingkan layanan serupa, meskipun tanpa promo kebiasaan tersebut dibagi berdasarkan jenis layanan yang tersedia dalam ekosistem Go-Jek yang mencakup *GoFood*, *GoCar*, *GoRide*, *GoSend*, dan *Go Mart*.

Dengan semakin meningkatnya kualitas pelayanan perusahaan akan mempengaruhi kepuasan serta menjadikan kepuasan pelanggan terhadap perusahaan tersebut. Untuk menarik konsumen diadakan promosi seperti kepada pengguna baru gratis memakai transportasi *online*, potongan harga, *reward* dari jumlah akumulasi point penggunaan transportasi, kupon gratis apabila mengajak rekan menggunakan jasa transportasi dari perusahaan tersebut. Hal itu dilakukan untuk lebih menarik para pelanggan dalam memutuskan pilihan.

Tabel 1.1
Top Brand Index Jasa Transportasi Ojek Online 2017 – 2019

Jasa Transportasi Online	2017	2018	2019
GOJEK	60,5%	45,4%	45.1 %
GRAB	29,2%	59,4%	44,1%

Sumber : top brand-award, 2019

Berdasarkan dari tabel 1.1 menunjukkan bahwa salah satu jasa transportasi On-line Go-Jek menempati posisi pertama Dari data Top Brand Index (TBI) tahun 2017 yaitu sebesar 60,5% dan diikuti oleh Grab. Tetapi mengalami penurunan Pada tahun 2018 dengan 45,5%. Dan pada tahun 2019 persentase Go-Jek mengalami penurunan lagi menjadi 45,1%.

Hal ini bisa disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya merujuk pada hasil survei, OVO sebagai aplikasi pembayaran yang bekerjasama dengan Grab menjadi alasan unggulnya Grab daripada Go-Jek. Ketua Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), Tulus Abadi mengatakan bahwa 41% responden mengaku pernah dikecewakan dengan pelayanan transportasi online. Sedikitnya, ada 13 ragam keluhan yang dialami konsumen transportasi online, antara lain; 22,3% mengeluhkan pengemudi yang meminta order dibatalkan, kesulitan mendapat pengemudi (21,9%), pengemudi membatalkan pesanan sepihak (16,22%), aplikasi map rusak atau eror (13,11%), pengemudi tidak datang (6,34%), pengemudi ugal-ugalan 10 (4,73%), kendaraan bau asap rokok (4,61%), dan pengemudi merokok saat mengemudi (0,75%). Hal ini menandakan tidak adanya standar pelayanan minimum yang diberikan oleh operator transportasi yang berdampak pada kerugian konsumen (**Riana, 2017**).

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, walaupun tetap pada Top brand teratas tetapi penilaian terhadap Go-Jek terus mengalami penurunan. Hal tersebut harus menjadi evaluasi bagi perusahaan dalam menetapkan strategi persaingan seperti meningkatkan kualitas layanan, persaingan harga, keputusan pengguna dalam kepuasan pelanggan. Maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pengguna dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Jasa Go-Jek di kota Padang.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan fenomena di atas banyak faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, maka diidentifikasi sebagai berikut:

1. Terdapat beberapa pelanggan pengguna transportasi Go-Jek yang memiliki persepsi tidak baik terhadap kualitas pelayanan pada jasa Go-Jek di kota Padang.
2. Terdapat beberapa pelanggan pengguna transportasi Go-Jek yang memiliki persepsi mahal terhadap harga jasa Go-Jek di kota Padang.
3. Adanya ketidakpuasan pelanggan membuat keputusan pelanggan terhadap Go-Jek mudah beralih ke transportasi merek yang lain.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang dikemukakan di atas maka untuk lebih terarahnya penelitian ini, penulis akan membatasi penelitian pada Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) , sebagai variabel bebas kemudian Keputusan Pengguna (Y) sebagai variabel terikat dan Kepuasan Pelanggan (Z) sebagai variabel intervening dengan objek Jasa Go-Jek di Kota Padang.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan, maka masalah yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna jasa Go-Jek?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna jasa Go-Jek?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pengguna pada pengguna jasa Go-Jek ?
4. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pengguna pada pengguna jasa Go-Jek ?

5. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap keputusan pengguna pada pengguna jasa Go-Jek?
6. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pengguna melalui kepuasan pelanggan pada penggunaan jasa Go-Jek?
7. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pengguna melalui kepuasan pelanggan pada pengguna jasa Go-Jek?

1.5 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1.5.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diuraikan di atas, maka tujuan yang dapat dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada pengguna jasa Go-Jek
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna jasa Go-Jek
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pengguna pada pengguna jasa Go-Jek
4. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pengguna pada pengguna jasa Go-Jek
5. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap keputusan pengguna pada pengguna jasa Go-Jek

6. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pengguna melalui kepuasan pelanggan pada penggunaan jasa Go-Jek
7. Untuk mengetahui Pengaruh harga terhadap keputusan pengguna melalui kepuasan pelanggan pada pengguna jasa Go-Jek

1.5.2 Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

a. Bagi Penulis

Penelitian ini sebagai tambahan pengalaman yang sangat berarti dalam menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh di bangku kuliah terutama pengetahuan di bidang Manajemen khususnya Manajemen Pemasaran. Serta sebagai salah satu syarat untuk penyelesaian Study Strata Satu dan mendapatkan gelar Sarjana Manajemen dari Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Putra Indonesia (yptk) Padang.

b. Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan, hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai pengaruh kualitas pelayanan, harga, keputusan pengguna, dan kepuasan pelanggan pada layanan Go-Jek di kota Padang, sehingga dapat menjadi masukan bagi perusahaan PT. Go-Jek Indonesia untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

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