

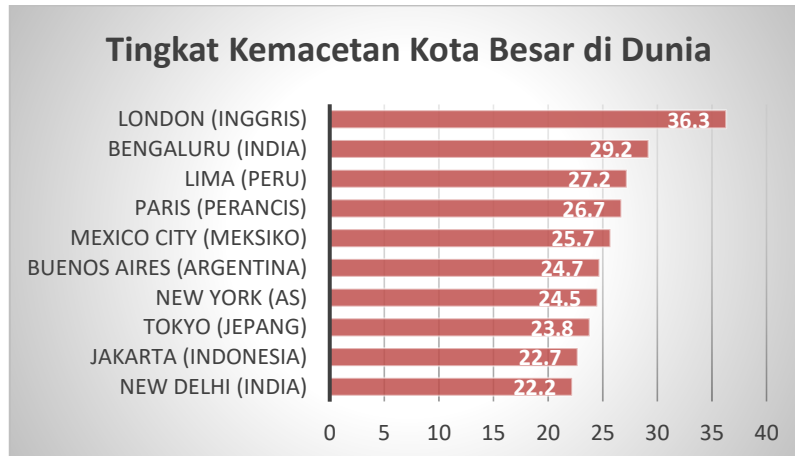
# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kemacetan di jalan raya menjadi hal yang lumrah dikalangan masyarakat khususnya masyarakat kota seperti Jakarta. Padatnya jumlah penduduk dan adanya beberapa faktor tertentu seperti kegiatan bekerja dan sekolah yang menghasruskan jadwal berangkat yang bersamaan secara tidak langsung menyebabkan terjadinya kemacetan. Tentu hal ini menjadi salah satu peristiwa yang menyebalkan bagi sebagian orang seperti karyawan, pelajar dan lainnya karena akan memakan waktu lebih lama untuk tiba di tempat tujuan yang akan berdampak terhadap kompensasi kegiatan seperti dihukum, adanya peringatan dan lain lain.

Berdasarkan data TomTom Traffic Index dari ([databoks.katadata.co.id](http://databoks.katadata.co.id)), Indonesia menduduki peringkat ke-sembilan sebagai kota besar dengan kemacetan tertinggi di dunia pada tahun 2022. Seperti diagram berikut ini :



**Gambar 1. 1** Jumlah Tingkat Kemacetan Kota Besar di Dunia ([katadata.co.id](http://katadata.co.id))

Dilansir dari penelitian (Mustafah et al., 2021) bahwa salah satu faktor penyebab terjadinya kemacetan adalah adanya peningkatan jumlah kepemilikan kendaraan. Meningkatnya jumlah perkembangan di industri transportasi semakin pesat. Hal ini dikarenakan banyaknya jumlah peningkatan kendaraan baik mobil maupun sepeda motor. Berdasarkan data yang bersumber dari Badan Pusat Statistik kendaraan sepeda motor menjadi jumlah peningkatan paling tinggi tahun ketahun yaitu sebesar 79,83% dari jumlah transportasi lainnya seperti kendaraan roda 4. Hal ini dapat dilihat dari tabel data berikut :

**Tabel 1. 1** Perkembangan Peningkatan Kendaraan

<b>Jenis</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Bus	33,419	34.905	35.266
Truk	34,905	669.724	679.708
Mobil Penumpang	3.082.616	3.310.426	3.365.467
Sepeda Motor	15.037.359	15.868.191	16.141.380

*Sumber : badan pusat statistik (2022)*

Peningkatan jumlah kendaraan tersebut tentu berdampak pada kemacetan terutama di sejumlah kota – kota besar di Indonesia. Sehingga, sangat penting untuk memiliki moda transportasi yang efektif untuk menunjang mobilitas masyarakat guna mengurangi angka kemacetan yang tinggi.

Didukung dengan adanya perkembangan teknologi informasi yang sangat cepat pada saat ini, sehingga menyebabkan perubahan dalam perilaku masyarakat dalam melakukan kegiatannya sehari-hari. Hal ini dapat dilihat dari hasil survei pendataan yang dilakukan oleh Susenas pada tahun 2021 yaitu sebesar 62,10% populasi di Indonesia telah mengakses internet, dan pada tahun 2021 tercatat 90,54% rumah tangga di Indonesia telah memiliki 1 nomor telepon seluler yang telah dilengkapi dengan sambungan internet.

Internet memainkan peran penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Individu dapat dengan mudah memperoleh dan mengirimkan informasi. Media internet merupakan salah satu jenis media komunikasi yang dapat dimanfaatkan untuk membantu operasional bisnis suatu perusahaan. Sehingga tidak jarang para pelaku bisnis untuk memanfaatkan fungsinya dengan menggunakan kombinasi internet dan mobilitas ketika mereka melihat peluang bisnis berbasis internet yang baik.

Adanya tingkat teknologi yang tinggi dan sebagian besar orang yang memiliki ponsel tersambung internet telah meningkatkan gaya hidup di beberapa industri, salah satunya transportasi. Adanya penggabungan dua unsur kecanggihan teknologi ini lah sehingga menghasilkan suatu inovasi yang disebut dengan ojek online. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Azizah, 2018) transportasi online merupakan solusi bagi sistem transportasi yang

kurang baik karena memberikan kemudahan, pengurangan biaya, kenyamanan dan keamanan yang lebih terjamin, yang mendorong pelanggan untuk mengadopsi layanan tersebut.

Bagi perusahaan yang bergerak dalam bidang bisnis, kualitas pelayanan (*service quality*) menjadi hal mendasar yang paling penting. Pelayanan yang berkualitas memberikan dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan pembelian konsumen. Diperkuat dengan pendapat (Meisaroh dan Kurniawati, 2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Pertimbangan pelayanan berkaitan dengan kualitas yang pantas sehingga dapat memuaskan keputusan pembelian konsumen berkunjung dan sesuai dengan kualitas lainnya, namun tidak menimbulkan kerugian terhadap perusahaan.

Harga menjadi salah satu bentuk pertimbangan untuk melakukan pengambilan keputusan bagi pelanggan. Karena harga merupakan jumlah yang akan dibayarkan pelanggan kepada penyedia jasa layanan. Harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa (Kotler dan Armstrong, 2018). Keterjangkauan harga menjadi fokus utama bagi pelanggan untuk melakukan transaksi sehingga sangat penting bagi perusahaan untuk menetapkan harga yang tepat agar tercapai tujuan perusahaan.

Kesadaran akan merk tentu sangat penting bagi bisnis karena dengan kesadaran merk pelaku bisnis dapat mengetahui sejauh mana masyarakat sudah mengenali jasa merk nya. *Brand Awareness* adalah kesadaran konsumen terhadap keberadaan suatu merk dalam kelas produknya yang membedakan dengan merek produk pesaingnya dalam kelas produk yang sama sehingga merek tersebut dapat dikenali maupun diingat dengan baik dalam benak konsumen (Wardhana, 2022). *Brand awareness* dapat disadari dengan hal hal kecil seperti Logo, Warna, Jargon, Nada, Image dan lainnya yang merupakan identitas suatu merk. Pelaku bisnis/perusahaan berlomba lomba dalam meningkatkan pengenalan merk agar dapat menarik masyarakat.

Keputusan penggunaan jasa tentu menjadi faktor utama dalam proses menentukan pilihan seseorang dalam kehidupan sehari hari. Keputusan penggunaan merupakan suatu hasil akhir yang telah ditetapkan untuk menggunakan pilihan dari berbagai alternatif sesuai dengan yang diinginkan dan dibutuhkan. Keputusan penggunaan terjadi pada saat pelanggan pertama kali tertarik pada

suatu objek untuk menggunakannya ketika mereka memiliki kebutuhan atau keinginan, yang mengarah pada keputusan penggunaan. Menurut (Wibowo dan Priansa, 2018: 97) mengemukakan bahwa penggunaan jasa meliputi 5 tahapan yaitu: pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, niat penggunaan jasa dan perilaku pasca penggunaan jasa. Oleh karena itu, agar dapat berdampak pada perilaku penggunaan pelanggan, sangat penting bagi bisnis untuk memahami bagaimana pelanggan memikirkan dan membuat keputusan.

Dalam keputusan pembelian setiap konsumen tidak hanya berhenti sampai di proses konsumsi, namun konsumen tersebut selanjutnya akan melakukan evaluasi terhadap pembelian produknya, dan proses evaluasi tersebut memberikan hasil atas rasa puas dan tidak puas terhadap produknya, apabila konsumen puas, kepuasan tersebut akan terdorong untuk melakukan pembelian ulang terhadap suatu produk (Tirtayasa et al., 2021).

Berdasarkan data pada tabel 1.1 adanya peningkatan jumlah kendaraan yang semakin pesat serta kolaborasi adanya internet memunculkan ide baru yang merupakan suatu pembaharuan terhadap jasa yang telah ada sebelumnya yaitu ojek online. Berdasarkan skala usahanya, terdapat beberapa jenis layanan ojek online di Indonesia seperti Maxim, Gojek, Grab, Indriver dan lain lain. Ojek online kini banyak diminati pelanggan karena kepraktisan dan sebagai bentuk upaya dalam meminimalisir kemacetan yang ada di suatu wilayah. Hal ini dapat dilihat dari jumlah frekuensi menggunakan ojek online per minggu terbanyak 1 – 3 hari per minggu (50,24 persen) (databoks/katadata.co.id).

Objek dalam penelitian ini merupakan angkutan umum ojek online yaitu, Maxim. Berdasarkan hasil pra survei diketahui terdapat 71,9% berstatus mahasiswa, 25% berstatus bekerja dan 3,1% tidak termasuk dalam status mahasiswa maupun bekerja. Penelitian ini akan dilakukan pada mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIE) Jakarta sebagai tempat penelitiannya. Maxim merupakan layanan ojek online yang berasal dari Rusia. Dilansir dari website resmi Maxim (id.taximaxim.com). Maxim telah beroperasi di Indonesia sejak 15 Juni 2018. Maxim di Indonesia menawarkan berbagai layanannya yang terdiri dari layanan motor (bike), mobil (car), pengiriman (delivery), kargo (cargo), belanja (*food&shop*), petugas kebersihan (cleaning), penderekan, dan menghidupkan mesin. 2 tahun terakhir Maxim mengalami peningkatan, hal ini dapat dilihat dari Maxim telah menyelesaikan lebih dari 16 juta jumlah order. 70% dari total order, diperoleh dari layanan *Maxim Bike*. Layanan teratas kedua yang paling diminati adalah *Maxim*

*Car* dengan persentase 24,5%. Berikutnya di peringkat ketiga teratas ada 2% layanan *Maxim Delivery*.

Dilansir dari artikel ([finance.detik.com](http://finance.detik.com)) terdapat 2,5 juta hingga 3 juta pengemudi ojek online di Indonesia, Gojek dan Grab menyumbang hampir 90% dari total tersebut dan selebihnya disuplai oleh aplikator lain, seperti Maxim. Hal ini menjadi salah satu ketertarikan dalam melakukan penelitian ini yang di dukung oleh penentuan tiga variabel yaitu : kualitas pelayanan, harga dan *brand awareness*.

Karena baru beroperasi di Indonesia sejak 2018 maka, keberadaan Maxim ternyata masih belum diketahui banyak masyarakat. Dilansir dari [databoks.katadata.co.id](http://databoks.katadata.co.id) Survei Badan Penelitian dan Pengembangan (Balitbang) menyatakan bahwa Maxim menempati peringkat ke-3 ojek online yang digunakan oleh masyarakat yaitu sebesar 6,93%. Peringkat pertama yang paling sering digunakan masyarakat dalam memesan ojek online adalah Gojek (59,13%) dan Grab (32,24%).

Dari segi harga, Maxim menawarkan harga yang relatif terjangkau untuk para penggunanya. Harga yang terjangkau ini menjadi salah satu daya tarik pelanggan untuk menggunakan jasa ojek online. Berdasarkan hasil mini pra survei yang dilakukan pada tanggal 23 November 2022, 86,4% orang menyatakan bahwa Maxim memiliki kelebihan dari segi harga yang relatif murah sehingga menjadi alasan mereka memilih untuk menggunakan aplikasi Maxim.

Kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor penentu citra perusahaan/merk dalam dunia bisnis, karena pelayanan yang diberikan akan berdampak pada kepercayaan dan berkaitan dengan *repurchase* pelanggan. Sikap driver dan kemudahan pengoperasian fitur dalam menggunakan aplikasi juga salah satu menjadi penunjang faktor dalam pengambilan keputusan, sehingga hal ini dapat menjadi bahan evaluasi bisnis agar selalu memperhatikan kualitas pelayanan.

Dilansir dari jurnal hasil penelitian (Mahasani dan Wahyuningsih, 2021) bahwa variabel harga lebih dominan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan sebagai perbandingan dalam menentukan keputusan penggunaan, dan berbeda dengan hasil penelitian (Apriansyah dan Ernawati, 2022) yang mengatakan bahwa variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa aplikasi Grab.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan Maxim berpengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi Maxim?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi Maxim?
3. Apakah *brand awareness* menentukan keputusan penggunaan aplikasi Maxim?
4. Apakah kualitas pelayanan, harga dan *brand awareness* beroengaruh secara simultan terhadap keputusan penggunaan ojek online Maxim?

## 1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan ojek online Maxim.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan penggunaan ojek online Maxim.
3. Untuk mengetahui pengaruh *brand awareneess* terhadap keputusan pengguna ojek online Maxim.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga dan *brand awareness* secara simultan terhadap keputusan penggunaan ojek online Maxim.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Bagi Perusahaan

Diharapkan dengan penelitian ini menjadi gambaran mengenai apa yang menjadi dasar pertimbangan pelanggan dalam keputusan pembelian sehingga dapat meningkatkan income lebih progresif kedepannya.

2. Bagi pembaca

Penelitian ini dapat menjadi bahan referensi dan pembandingan dalam penelitian yang berkaitan dengan objek penelitian dan sebagai bahan informasi untuk penelitian selanjutnya.