

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pada era modern saat ini persaingan bisnis yang dihadapi perusahaan-perusahaan saat ini cukup ketat, sehingga menuntut manajemen perusahaan untuk lebih cermat dalam menentukan strategi bersaingnya, agar dapat memenangkan dalam persaingan yang dihadapinya. Manajemen perusahaan dituntut untuk dapat mendesain dan mengimplementasikan strategi pemasaran yang mampu menciptakan, mempertahankan, dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Berbagai perusahaan bidang jasa transportasi *online* saat ini semakin beragam dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Pentingnya sektor jasa ini disikapi dengan pertumbuhan bisnis jasa yang semakin pesat. Salah satu bisnis dalam sektor jasa yang semakin berkembang pesat dibidang jasa transportasi.

Di era sekarang ini masyarakat mempunyai aktivitas yang beragam dan untuk memenuhi aktivitas tersebut masyarakat memerlukan adanya transportasi yang cepat dan murah sebagai alat transportasi dalam melakukan aktivitasnya. Sebab itu perusahaan bidang jasa transportasi *online* berlomba-lomba menarik pelanggannya dengan berbagai cara seperti peningkatan pelayanan, kemudahan dalam pemesanan, kenyamanan kendaraan, harga yang menarik, ketepatan waktu dan lain sebagainya.

Semakin dengan berkembangnya teknologi saat ini terdapat aplikasi yang mengenalkan pelayanan pemesanan ojek yang menggunakan teknologi dan memakai standar pelayanan. Sebelumnya ojek memakai sistem pangkalan berbasis wilayah di tikungan dan mulut-mulut gang. Pengendara ojek dari wilayah lain tidak bisa sembarangan “mangkal” di suatu wilayah tanpa izin dari pengendara ojek di wilayah tersebut. Untuk menggunakan jasa ojek, pemakai jasa harus membayar kontan dan tak jarang sering ditawari tawar-menawar. Saat ini sudah banyak berbagai penyedia jasa ojek online di Kota Bekasi yang dikenal dengan nama Gojek, Maxim dan Grab. Semua memberikan pelayanan yang sama mulai dari mengantarkan orang dengan biaya yang berbeda-beda namun dengan sistem pemesanan yang sama yaitu dapat memesan melalui aplikasi *smartphone* maupun website.

Seiring meningkatnya jumlah ojek online yang bermunculan maka berdampak pada semakin ketatnya persaingan transportasi *online*. Berbagai macam sering terjadinya persaingan kualitas pelayanan dan harga sehingga membuat pelanggan dapat memilih berbagai jenis jasa ojek online yang pada akhirnya penyedia jasa ojek online harus menciptakan kualitas pelayanan dan persepsi harga yang dapat menciptakan kepuasan pelanggan.

Dalam penelitian variabel ini kualitas pelayanan bergantung pada tiga hal yaitu sistem, teknologi dan sumber daya manusia. Selain kualitas pelayanan dalam penelitian ini juga mengambil harga sebagai salah satu faktor penentu dalam kepuasan pelanggan, hal ini telah dinyatakan dalam penelitian yang telah dilakukan (Lenzun, dkk 2014) bahwa harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang mengindikasikan bahwa manajemen perusahaan sebaiknya meningkatkan kualitas produk khususnya kualitas jaringan dengan meminimalisir terjadinya gangguan jaringan dan mempertahankan harga agar sesuai dengan kualitas produk.

Bagi pelaku usaha ritel komponen harga merupakan hal sangat penting dan signifikan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan. Sementara bagi pelanggan yang tidak sensitif bagian harga relatif tidak begitu penting kontribusinya terhadap penciptaan kepuasan pelanggan. Bagian harga juga tidak mampu menciptakan keunggulan bersaing dalam kepuasan pelanggan, karena kebijaksanaan harga sangat rentan terhadap duplikasi. Hal ini didukung penelitian yang dilakukan Lenzun, dkk (2014) yang menyatakan harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, dalam penelitian yang dilakukan oleh putri (2013) menjelaskan bahwa ada hubungan yang signifikan antara harga dengan kepuasan pelanggan.

Di kota bekasi masa ini memiliki berbagai penyedia jasa transportasi ojek *online* yang tidak memiliki ketentuan peraturan yang ada, baik secara harga, jam operasional, standar pelayanan, dll. Untuk mengubah persepsi di pengguna jasa sebagai angkutan umum yang tidak resmi, sehingga PT. Gojek Indonesia menyediakan jasa transportasi ojek online yang berbasis melalui aplikasi dengan merek Gojek yang dilengkapi dengan fasilitas, yaitu sepeda motor dengan minimal keluaran terbaru dan layak pakai, aplikasi juga terdapat identitas untuk melacak

kedatangan para *drivernya*, jaket, jas hujan, helm, asuransi, layanan order melalui aplikasi yang dapat digunakan dengan mudah, dan terdapat layanan pengaduan dan pada akhir pelayanan pelanggan dapat memberikan *review* dan *rating* untuk *driver* tentang pelayanan yang diberikan, perusahaan dapat mengetahui pelayanan yang telah didapatkan oleh pelanggan dan perusahaan akan terus meningkatkan kinerja standar pelayanannya.

GoJek berbagai macam jasa layanan yang dapat diberikan untuk para pelanggannya, yaitu: *Go Box* (Pengantaran Barang), *Go Ride* (Jasa Angkutan), *Go Shop* (Belanja) dan *Go Food* (Jasa Kurir Makanan/Minuman) yang menekankan keunggulan dalam Kecepatan, Inovasi dan Interaksi Sosial. Kemudahan-kemudahan yang telah ditawarkan GoJek ini membuat masyarakat beralih menggunakan jasa GoJek karena pelanggan sudah tidak perlu lagi melakukan tawar menawar harga karena harga dihitung dari jarak tempuh.

Mengenai dalam penelitian ini yaitu untuk mendapati apakah kualitas pelayanan dan persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan menggunakan jasa transportasi Gojek. Searah dengan tujuan penelitian ini maka manfaat yang diperoleh yaitu untuk mengetahui sejauh mana penyedia jasa ojek online dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggannya yang dilihat dari sisi kualitas pelayanan diberikan dan mengenai harga dan promo yang sudah ditetapkan.

Dalam penelitian ini adalah mengetahui dan mengukur kepuasan pelanggan yang dilihat dari kualitas pelayanan dan persepsi harga. Ketika pelayanan yang diberikan mampu menimbulkan rasa puas terhadap penggunaannya maka akan timbul loyalitas. Pelayanan yang berkualitas selalu memperhatikan segala aspek yang berkenaan dengan pelanggannya. Disamping itu promo harga dapat menentukan dalam mengukur kepuasan pelanggan, ketika apa yang diharapkan pelanggan sesuai dengan yang diinginkan maka harga yang dikeluarkan seharusnya sesuai dengan nilai yang diterima oleh pelanggan (Nadya,2019:20).

Dalam penelitian ini diharap menjadikan bahan sebagai referensi pertimbangan untuk lebih mencermati kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian.

1.2. Perumusan Masalah

Permasalahan dalam penelitian ini yaitu proses pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian jasa.

Perumusan masalah penelitian :

1. Bagaimana pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian jasa transportasi ojek online pada GoJek di Kota Bekasi?
2. Bagaimana pengaruh langsung persepsi harga terhadap keputusan pembelian jasa transportasi ojek online pada GoJek di Kota Bekasi?
3. Bagaimana pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi ojek online pada GoJek di Kota Bekasi?
4. Bagaimana pengaruh langsung persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi ojek online pada GoJek di Kota Bekasi?
5. Bagaimana pengaruh langsung keputusan pembelian terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi ojek online pada GoJek di Kota Bekasi?
6. Bagaimana pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian jasa transportasi ojek online pada GoJek di Kota Bekasi?
7. Bagaimana pengaruh tidak langsung persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian jasa transportasi ojek online pada GoJek di Kota Bekasi?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian jasa transportasi ojek online pada GoJek di Kota Bekasi.
2. Mengetahui pengaruh langsung persepsi harga terhadap keputusan pembelian jasa transportasi ojek online pada GoJek di Kota Bekasi.
3. Mengetahui pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi ojek online pada GoJek di Kota Bekasi.
4. Mengetahui pengaruh langsung persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi ojek online pada GoJek di Kota Bekasi.

5. Mengetahui pengaruh langsung keputusan pembelian terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi ojek online pada GoJek di Kota Bekasi.
6. Mengetahui pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian jasa transportasi ojek online pada GoJek di Kota Bekasi.
7. Mengetahui pengaruh tidak langsung persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian jasa transportasi ojek online pada GoJek di Kota Bekasi.

1.1. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Peneliti
Menambah wawasan dan pengetahuan tentang kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian jasa.
2. Bagi Perusahaan
Penelitian ini dapat memberikan manfaat dan pengetahuan mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian jasa Gojek, sehingga menjadi masukan bagi perusahaan untuk mengetahui *feedback* yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya
Dari hasil penelitian ini dapat menjadi referensi yang digunakan sebagai penelitian selanjutnya khususnya di bidang strategi Pemasaran.