

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Di era modernisasi ini hampir semua kebutuhan masyarakat menggunakan internet. Dengan adanya internet semua kebutuhan lebih efektif dan efisien. Penggunaan internet di Indonesia sudah mulai berkembang. Menurut data Statista 2019 menunjukkan pengguna internet di Indonesia pada 2018 sebanyak 95,2 juta, tumbuh 13,3% dari 2017 yang sebanyak 84 juta pengguna. Pada tahun selanjutnya pengguna internet di Indonesia akan semakin meningkat dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 10,2% pada periode 2018-2023. Pada 2019 jumlah pengguna internet di Indonesia diproyeksikan tumbuh 12,6% dibandingkan 2018, yaitu menjadi 107,2 juta pengguna. Pada 2023, jumlah pengguna internet di Indonesia diproyeksikan mencapai 150 juta pengguna (Jayani, 2019). Menurut data Internetworldstats, pengguna internet di tanah air mencapai 212,35 juta dengan estimasi total populasi sebanyak 276,3 juta jiwa. Penetrasi internet Indonesia pada akhir Maret 2021 sebesar 76,8 persen dari total populasi (Kusnandar, 2021).

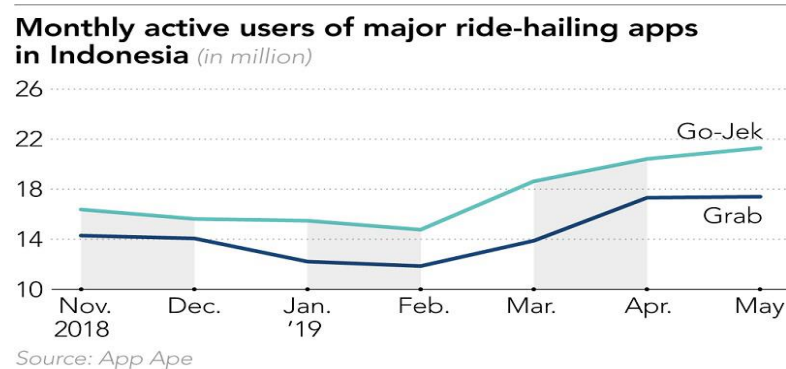
Dengan berkembangnya internet diikuti juga dengan perkembangan teknologi. Perkembangan teknologi yang cepat sangat mempengaruhi kehidupan sehari-hari. Penggunaan teknologi dapat membuat kegiatan sehari-hari menjadi lebih mudah. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) Dengan skala 0-10, IP-TIK Indonesia tahun 2018 sebesar 5,07 yang meningkat dibanding IP-TIK tahun 2017 sebesar 4,96. Provinsi dengan IP-TIK tertinggi adalah DKI Jakarta yaitu 7,14 di tahun 2018. Nilai ini meningkat dari IP-TIK 2017 sebesar 6,95. Sedangkan provinsi dengan IP-TIK terendah adalah Papua, yaitu sebesar 3,30 di tahun 2018, menurun dari 3,50 di tahun 2017.

Seiring berkembangnya teknologi mengubah perilaku pembelian dari offline menjadi online pada niat beli terhadap aplikasi pelayanan jasa online. Aplikasi pelayanan jasa online memberikan kebutuhan masyarakat seperti transportasi

online. Berkembangnya transportasi online tidak lepas dari berkembangnya teknologi dan internet. Bahkan, dengan adanya transportasi online dapat memudahkan masyarakat dalam menghemat waktu untuk bepergian. Karena adanya teknologi internet. Menurut hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) periode 2019-kuartal II/2020 mencatat, Grab dan Gojek menjadi layanan aplikasi transportasi online yang paling sering digunakan oleh masyarakat. Ada 21,3% responden yang mengaku sering menggunakan aplikasi Grab untuk bepergian. Sementara, 19,4% responden mengaku kerap menggunakan aplikasi Gojek saat hendak bepergian. Responden yang memilih layanan aplikasi transportasi online lainnya, seperti Anterin, Bonceng, Maxim, dan FastGo berkisar di rentang 0,1%-0,3% (Bayu, 2020).

Salah satu aplikasi pelayanan jasa online yang berkembang di Indonesia adalah Gojek. Pada saat ini, aplikasi transportasi online tersebut tidak hanya menyediakan jasa transportasi saja, tetapi juga menawarkan jasa lainnya. Seperti Gojek menyediakan layanan kurir barang dengan nama Go-Send, layanan pesan antar makanan dengan nama Go-Food, hingga layanan pesan tiket bioskop dengan Go-Tix. Dengan adanya aplikasi gojek membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya sehari-hari. Menurut hasil survei DailySocial.Id yang menunjukkan bahwa sebanyak 85,22% responden telah menggunakan layanan transportasi Gojek. Sementara responden yang menggunakan Grab hanya 66,24% dan Uber sekitar 50%. Survei ini menghitung suara apabila responden pernah menggunakan layanan transportasi berbasis internet tersebut. Berdasarkan data diatas, mayoritas masyarakat menggunakan layanan transportasi Gojek.

Gambar 1.1. Pengguna Aktif Aplikasi Transportasi Online di Indonesia



Sumber:<https://www.tek.id/tek/gojek-rebranding-dan-kalahkan-grab-soal-pengguna-aktif-bulanan/>

Dari tabel 1.1. diatas menunjukkan jumlah pengguna aplikasi Go-jek dimulai pada bulan November 2018 sampai dengan Mei 2019. Perkembangan pengguna dari aplikasi transportasi online di Indonesia yang setiap bulannya mengalami kenaikan atau penurunan berdasarkan pengguna aktif bulanan. Kenaikan pengguna aktif dimulai pada bulan february sampai dengan bulan mei. Kenaikan ini dikarenakan 3 dari banyaknya layanan dari aplikasi Go-Jek sudah menjadi kebutuhan masyarakat sehari-hari, seperti *Go-Ride*, *Go-Food*, dan juga pembayaran digital. Hal tersebut menyebabkan kenaikan penggunaan aplikasi tersebut. Dan dapat dilihat Go-Jek memiliki pengguna aktif terbanyak dibandingkan pesaing terbesarnya yaitu Grab.

Menurut Riset Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia (LD FEB UI) mencatat estimasi rata-rata pengeluaran bulanan konsumen melalui platform digital untuk memesan makanan secara online mencapai Rp 1,4 juta per bulan. Kemudian, untuk pengeluaran belanja kebutuhan sehari-hari secara online mencapai Rp 1 juta per bulan. Lalu pengeluaran transportasi online mencapai Rp 871 ribu per bulan. Sedangkan, pengeluaran terendah yakni donasi online rata-rata sebesar Rp 624 ribu per bulan (Annur, 2020). Dengan data diatas dapat diketahui masyarakat menggunakan aplikasi Gojek lebih banyak menggunakan layanan atau fitur Go-food.

Dengan berkembangannya teknologi aplikasi jasa layanan online salah satu faktor yang dapat mempengaruhi adalah *E-service quality*. Menurut Zeithaml, et al dalam Tjiptono (2019:326) *E-service quality* merupakan versi baru dari *service quality* yang merupakan adaptasi dan perluasan dari model kualitas. Menurut Bressolles dan Durrieu dalam Wilis (2020) Kualitas layanan elektronik berbeda dengan sistem layanan tradisional, apa yang ditawarkan adalah kemudahan mendapatkan informasi antara konsumen dan penyedia layanan berbasis elektronik.

Dengan *E-service quality* yang baik maka masyarakat akan percaya dalam menggunakan aplikasi Go-jek. Menurut Kimery dan McCord dalam Wilis (2020),

E-trust adalah kesediaan untuk menerima dari konsumen kerentanan yang ada dalam transaksi online. Menurut Corritore et al dalam Wilis (2020) *E-trust* didefinisikan sebagai harapan keyakinan dalam situasi risiko online yang kerentanannya tidak akan dieksploitasi.

Dengan adanya rasa percaya terhadap pengguna aplikasi Go-Jek diharapkan pelanggan merasa puas. Menurut Islam, et al. dalam Aminsyah (2019:4547) *e-satisfaction* adalah evaluasi pasca konsumsi mengenai seberapa baik penyedia produk dan jasa dalam memenuhi harapan pelanggan.

Apabila pelanggan merasa puas mereka cenderung akan menjadi loyal. Menurut Crosby dalam Aminsyah (2019) kepercayaan konsumen didefinisikan sebagai keyakinan bahwa penyedia produk atau jasa dapat diandalkan untuk berperilaku sedemikian rupa sehingga kepentingan jangka panjang konsumen dapat terpenuhi.

Penelitian ini dilatari belakangi juga dengan *research gap*. Dikutip pada artikel Ikhsanudin (2017). Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) melakukan survei kepuasan masyarakat terhadap pelayanan transportasi online. Hasilnya, sekitar 41% konsumen mengaku pernah dikecewakan oleh transportasi online. Survei dilakukan pada 5-16 April 2017, dengan melibatkan 4.668 responden. Keluhan konsumen terhadap pelayanan transportasi online paling besar pada mitra dibandingkan dengan aplikasi. Keluhan pertama yaitu pengemudi minta dibatalkan sebesar 22,3%, yang kedua sulti mendapatkan pengemudi 21,19%, yang ketiga pengemudi membatalkan secara sepihak sebesar 16,22% dan yang keempat map rusak atau eror 13,11%. Hal ini juga yang membuat YLKI menyarankan untuk membuat standar pelayanan dengan begitu bisa diketahui apakah konsumen terpuaskan atau tidak

Kepercayaan para pengguna menjadi perhatian oleh Gojek. Ini dapat dilihat Gojek terus memberikan fitur-fitur tambahan juga untuk meningkatkan kepercayaan penggunaannya seperti fitur bagikan perjalanan yang diakses langsung dalam aplikasi dan juga fitur menyamakan nomor telepon. Terkadang masyarakat loyal menggunakan suatu barang dan jasa karena tidak ada pilihan lain atau alternatif

barang dan jasa yang lainnya dan juga konsumen lebih menilai promo dan harga dalam pembelian barang atau penggunaan jasa ketimbang melihat merk tertentu

Dengan latar belakang diatas maka peneliti ingin mengetahui bagaimana pengaruh *e-service quality* dan *e-trust* dan *e-satisfaction* terhadap *e-loyalty* pada pengguna aplikasi Go-Jek. Alasan penulis ingin mengetahui apakah pengguna aplikasi Go-Jek merasa loyal dengan pelayanan dan keamanan dan kepuasan yang dialami selama menggunakan aplikasi Go-Jek. Dengan berdasarkan pada uraian latar belakang tersebut maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh terhadap *E-loyalty* pada pengguna Aplikasi Go-Jek.”

1.2. Perumusan Masalah

Dengan latar belakang yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah pokok penelitian ini adalah apakah *e-service quality*, *e-satisfaction*, dan *e-trust* berpengaruh terhadap *e-loyalty* pengguna Go-Jek?

1. Apakah *e-service quality* berpengaruh langsung terhadap *e-satisfaction* pengguna Go-Jek?
2. Apakah *e-satisfaction* berpengaruh langsung terhadap *e-satisfaction* pengguna Go-Jek?
3. Apakah *e-trust* berpengaruh langsung terhadap *e-satisfaction* pengguna Go-jek?
4. Apakah *e-service quality*, *e-satisfaction*, *e-trust* berpengaruh langsung secara bersama-sama terhadap *e-satisfaction* pengguna Go-Jek?

1.3. Tujuan Penelitian

Selain dengan perumusan masalah diatas, penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui pengaruh langsung *e-service quality* terhadap *e-satisfaction* pengguna Go-Jek?
2. Untuk mengetahui pengaruh langsung *e-service quality* terhadap *e-satisfaction* pengguna Go-Jek?
3. Untuk mengetahui pengaruh langsung *e-trust* terhadap *e-satisfaction* pengguna Go-jek?

4. Untuk mengetahui pengaruh langsung *e-service quality*, *e-satisfaction*, *e-trust* secara bersama-sama terhadap *e-satisfaction* pengguna Go-Jek?

1.4. Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini, maka hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak antara lain sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan suatu pembelajaran dan suatu pemahaman tentang pengaruh *e-service quality*, *e-trust*, *e-satisfaction* terhadap *e-loyalty* . Serta dapat menjadi bahan referensi penelitian selanjutnya.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat membantu memberikan informasi kepada perusahaan dalam mengambil keputusan. Diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi Go-Jek dalam meningkatkan kualitas pelayanan mereka dan mendapatkan kepercayaan dan meningkatkan kepuasan.

3. Bagi Akademis

Hasil penelitian dapat menjadi referensi bagi mahasiswa/i yang ingin melakukan penelitian yang sama untuk penelitian selanjutnya dan sebagai penambah ilmu pengetahuan.