

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada masa sekarang ini, transportasi dan angkutan umum merupakan bidang kegiatan yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat. Masyarakat akan terus mengalami perubahan dalam kehidupannya. Dalam hal ini, tidak dapat dipungkiri lagi bahwa seseorang terus-menerus ditantang untuk bertahan dalam hidupnya. Kemajuan teknologi dan globalisasi tidak terkecuali semakin mempengaruhi setiap aspek kehidupan manusia di seluruh dunia. Ketika teknologi itu sendiri bertindak sebagai alat bantu yang digunakan oleh masyarakat. Semakin banyak jenis jasa transportasi dan berbagai macam merek yang ditawarkan, membuat konsumen sebagai pengambil keputusan yang menjadi lebih selektif dalam proses pengambilan keputusannya. Perusahaan pun harus melakukan usaha – usaha dalam menarik konsumen agar membeli dan menggunakan jasanya.

Transportasi adalah perpindahan manusia atau barang dari suatu tempat ke tempat lain dengan menggunakan kendaraan yang digerakkan oleh orang atau mesin. Kawasan perkotaan sebagai pusat ekonomi membutuhkan sarana dan prasarana yang lebih banyak dibandingkan dengan kawasan perdesaan. Untuk mendukung dengan baik semua aktivitas masyarakat di kota. Namun seiring berjalannya waktu bertambahnya jumlah penduduk suatu daerah, maka kebutuhan akan transportasi juga semakin meningkat. Semua itu merupakan suatu ciri masyarakat yang modern, dalam menghadapi suatu peradaban manusia yang semakin modern (Adisasmita, 2014:5).

Transportasi merupakan salah satu kemajuan teknologi yang membantu masyarakat menjalani kehidupan sehari-hari yang berbeda ketika bepergian ke suatu tempat. Transportasi bisa datang berupa sepeda

motor pribadi, mobil pribadi, taksi, angkutan umum, kereta api, kapal laut bahkan pesawat. Dan berbagai alat transportasi merupakan hasil pemikiran manusia untuk memudahkan seseorang mencapai tujuan yang jauh dalam waktu yang lebih singkat atau lebih cepat. Bukan hanya sekedar tinjauan industry, tetapi suatu layanan transportasi yang lebih efisien dan efektif dalam melayani suatu kegiatan pada transportasi di berbagai sektor ekonomi (Adisasmita, 2014:9)

Di Indonesia terdapat berbagai jenis transportasi yang tersedia bagi masyarakat, namun di kota-kota besar jenis transportasi yang tersedia lebih beragam. Sebagai contoh, DKI Jakarta adalah kota besar dengan berbagai sarana transportasi seperti kereta api, rute bus dan taksi. Karena jumlah penduduk DKI Jakarta yang banyak, membuat transportasi massal tidak nyaman karena harus berdesak-desakan dengan masyarakat lainnya yang menggunakan transportasi massal. Masyarakat selalu menginginkan kenyamanan saat menggunakan transportasi umum, meskipun mereka harus membayar lebih untuk layanan mereka. Salah satu transportasi umum yang menurut sebagian masyarakat lebih nyaman adalah *Grab Bike* atau *Grab Car*. Tentunya layanan yang diberikan oleh *Grab* menjadi daya tarik tersendiri, karena bisa dapat menghilangkan kebutuhan akan antrean panjang menghilangkan pembatasan layanan pribadi dan rute tertentu, sangat mendukung aktivitas orang yang sangat mobile. Pelayanannya lebih baik daripada busway dan angkutan umum lainnya, sehingga harga dasarnya juga berbeda. Hal ini sebanding dengan layanan yang diterima oleh *customer*.

Perkembangan transportasi juga dibarengi dengan kemajuan teknologi. Perkembangan teknologi informasi dengan infrastruktur yang modern semakin memudahkan dalam mengakses berbagai jenis informasi. Dengan begitu, layanan yang ditawarkan teknologi informasi dan komunikasi saat ini akan tersedia bagi semua masyarakat, tanpa memandang jarak atau waktu. Jika dulu teknologi hanya digunakan untuk komunikasi, teknologi saat ini dapat digunakan untuk menawarkan

berbagai transaksi keuangan maupun penyediaan barang dan jasa, terutama dengan menggunakan media *online*.

Grab selain menyediakan layanan ojek bernama *Grab Bike*, Grab juga melakukan sebuah inovasi dengan menyediakan berbagai tambahan pada layanan *Grab Taxi*, *Grab Car*, *Grab Express*, *Grab Hood*, *Grab Hitch* dan fitur-fitur terbarunya untuk memudahkan komunikasi antara penumpang dan mitra pengemudi. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi konsumen ketika memutuskan untuk membeli suatu produk atau jasa adalah citra merek. Persepsi konsumen dan kepercayaan dapat membentuk citra merek yang positif dan sebaliknya. Agar perusahaan dapat menawarkan produk yang menarik, mudah dipahami dan populer, produk dan layanan memuaskan konsumen dan menciptakan merek yang berbeda di benak mereka.

Selain Citra merek faktor lain yang mempengaruhi untuk memutuskan menggunakan produk atau jasa adalah harga. Menurut Kotler dan Armstrong dalam Krisdayanto (2018:3) Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukar dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa. Menurut Tjiptono dan Candra dalam Priansa (2017:209) mengatakan bahwa harga merupakan bagian yang melekat pada produk yang mencerminkan seberapa besar kualitas produk tersebut. Grab merupakan salah satu jasa transportasi yang memiliki pangsa pasar sendiri dengan harga yang kompetitif dibandingkan pesaingnya.

Selain Citra merek dan harga faktor lain yang mempengaruhi untuk memutuskan menggunakan produk atau jasa adalah kualitas pelayanan. Menurut Kasmir (2017:64) kualitas pelayanan adalah kemampuan dari suatu perusahaan dalam hal memberikan pelayanan yang memberikan dampak langsung terhadap kepuasan kepada konsumen sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dalam skripsi ini penulis tertarik untuk memilih judul : **“Pengaruh citra merek, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna Grab”** Studi Kasus Pada Pengguna Grab Di Kecamatan Gambir Jakarta Pusat)

1.2 Rumusan Masalah

Dari penjelasan latar belakang tersebut, maka masalah penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut.

1. Apakah citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pengguna Grab di Kecamatan Gambir?
2. Apakah pengenalan harga berpengaruh terhadap kepuasan pengguna grab di Kecamatan Gambir?
3. Apakah kualitas layanan berpengaruh kepuasan pengguna grab di Kecamatan Gambir?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pengguna Grab di Kecamatan Gambir.
2. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pengguna Grab di Kecamatan Gambir.
3. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengguna Grab di Kecamatan Gambir.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian dapat memberikan informasi dan menjadi bahan pertimbangan oleh perusahaan dalam mengembangkan suatu strategi manajemen sumber daya manusia yang baik, dan dapat menjadi bahan masukan tambahan bagi perusahaan dalam menyikapi masalah tenaga

kerja khususnya dalam hal pengaruh citra merek, persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna Grab.

2. Bagi Pengguna Grab

Penelitian ini merupakan suatu informasi dan menjadi bahan pertimbangan konsumen dalam memilih suatu transportasi berbasis *online*. Dengan ini konsumen dapat mengerti akan fitur – fitur dari Grab yang dimana banyak sekali fitur – fitur Grab yang bisa digunakan kapan saja dan dimana saja.

3. Bagi Penulis

Kajian ini merupakan pendorong untuk menerapkan ilmu dan informasi selama pendidikan dibangku perkuliahan ini, secara teori dan praktek, terutama di bidang berbagai aspek yang mempengaruhi manajemen sumber daya manusia dan kinerja karyawan. Serta dalam mempresentasikannya yang akan menjadi bahan pertimbangan dalam teori dan prakteknya, sehingga akan memberikan wawasan dan pengalaman sebelum terjun ke dunia kerja.