

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era modern ini, transportasi merupakan salah satu kebutuhan yang penting untuk menunjang kegiatan sehari-hari. Tetapi jika setiap individu memiliki transportasi sendiri akan membuat kemacetan di jalan, sehingga sangat tidak efektif lagi. Sebab itu banyak masyarakat membutuhkan transportasi umum yang mudah dan cepat, dengan teknologi yang sudah canggih di era ini semua bisa dilakukan termasuk media transportasi. Salah satu media transportasi yang berkembang pesat pada era teknologi seperti ini, Ojek *online* adalah salah satunya. Ojek *online* berbeda dengan ojek pangkalan, dimana jika ojek pangkalan harus mencari jalan secara manual dan biaya yang dibayar harus dengan persetujuan antara Ojek pangkalan dengan konsumennya. Sedangkan Ojek *online* semua pengoperasiannya berbasis teknologi yaitu *Handphone*.

Gojek merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa transportasi berbasis *online*, perusahaan Gojek sendiri di buat oleh Nadiem Makarim pada tahun 2010 dan berkembang di tahun 2015 dimana Gojek meluncurkan aplikasinya ke masyarakat melalui platform *Playstore* atau *Appstore*. Produk utama dari Gojek adalah *Go-Ride* atau ojek *online*, dimana sistem kerjanya konsumen memesan *driver* melalui aplikasi Gojek dengan *smartphone* pengguna. Kini Gojek memiliki banyak layanan tidak hanya *Go-Ride*, *Go-Send*, dan *Go-Mart*. Semakin berkembang, Gojek sekarang memasuki wilayah Asia Tenggara untuk memberikan jasa layanan mereka.

Go-Ride merupakan layanan antar jemput menggunakan kendaraan roda dua atau motor sama halnya dengan Ojek pada umumnya, tetapi *Go-Ride* lebih memudahkan konsumen dalam melakukan pelayanan. *Go-Ride* adalah pilihan transportasi yang memberikan kecepatan, kemudahan pemesanan, dan kemudahan menentukan tujuan pengantaran, dan yang terpenting adalah keamanan dan kenyamanan.

Pengoperasian aplikasi Gojek pada warga RW.12 sama seperti pengoperasian pada aplikasi ojek *online* yang lainnya, yaitu warga RW.12 harus memiliki aplikasi Gojek terlebih dahulu. Berikut merupakan tahap-tahap dalam pemesanan *Go-Ride* :

1. Memasukan alamat tujuan dan penjemputan.
2. Cek tarif yang telah diberikan sesuai jarak tempuh.
3. Melakukan pemesanan *Go-Ride* dan menunggu hingga *driver* datang.
4. *Driver* menjemput dan mengantar ke lokasi tujuan.

RW.12 Komplek Setneg Cempaka Putih Barat, Jakarta Pusat memiliki 10 RT dengan 1.152 penduduk yang terdiri dari 538 Laki-laki dan 614 perempuan. Dalam kompleks setneg terdapat 256 rumah dan 358 KK, yang dimana masing-masing rumah ada yang memiliki 1 KK atau bahkan lebih. Berikut rincian setiap RT di RW.12 :

Tabel 1.1. Rincian Data Setiap RT di RW.12 Komplek Setneg Cempaka Putih Barat, Jakarta Pusat

| RT | Rumah | KK | Jenis Kelamin | |
|--------------|-------|-----|---------------|-----------|
| | | | Laki-laki | Perempuan |
| 1 | 21 | 38 | 37 | 53 |
| 2 | 27 | 45 | 61 | 58 |
| 3 | 21 | 32 | 45 | 68 |
| 4 | 15 | 17 | 20 | 32 |
| 5 | 30 | 37 | 55 | 68 |
| 6 | 28 | 24 | 57 | 51 |
| 7 | 24 | 48 | 71 | 95 |
| 8 | 28 | 39 | 66 | 61 |
| 9 | 22 | 29 | 43 | 58 |
| 10 | 40 | 49 | 83 | 70 |
| Total | 256 | 358 | 538 | 614 |

Sumber : Pengurus RW.012 Komplek Setneg Cempaka Putih Barat

Didalam RW.12 warga menggunakan aplikasi Gojek sebagai media transportasi, rata-rata warga memakai jasa *Go-Ride* untuk melakukan perjalanan mereka pergi ke sekolah ataupun ke kantor. Media transportasi Gojek ini sangat

memudahkan mereka dalam berbagai hal, cara pemesanan jasa *Go-Ride* pada aplikasi Gojek juga sangat mudah dan cepat sehingga warga sangat memanfaatkan hal tersebut agar mempersingkat waktu.

Kunci dari keberhasilan perusahaan adalah kepuasan pelanggan. Memenuhi kebutuhan konsumen merupakan prioritas perusahaan, karena kepuasan konsumen ialah strategi bisnis yang ber-jangka panjang. Mempertahankan kepuasan konsumen yang sudah ada jauh lebih mudah daripada terus-menerus berusaha menarik pelanggan baru. Faktor utama dari kepuasan konsumen ialah kualitas pelayanan. Dengan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan apabila sudah memenuhi atau melebihi dari ekspektasi pelanggan maka bisa dikatakan kualitasnya sudah memuaskan pelanggan. Pelayanan yang baik, yang memenuhi harapan pelanggan akan menciptakan rasa percaya dan kepuasan saat menikmati produk yang digunakan. Jika kepercayaan dan kepuasan sudah timbul didiri pelanggan, maka pengalaman dalam menggunakan produk akan menimbulkan persepsi yang baik bagi perusahaan sehingga dapat meningkatkan citra merek perusahaan.

Harga adalah suatu nilai tukar dari produk barang atau jasa yang dinyatakan dalam satuan moneter, harga juga mempunyai bentuk dan melaksanakan banyak fungsi seperti sewa, upah, bunga, biaya penyimpanan, gaji, dan tarif. Harga sendiri merupakan salah satu bagian yang penting dalam pemasaran suatu produk. Dalam Gojek harga layanan pada *Go-Ride* sangat bervariasi tergantung pada jarak tujuan yang akan dituju pelanggan.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah terdapat hubungan antara harga dengan kepuasan konsumen pada pelanggan *Go-Ride*?
2. Apakah terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada pelanggan *Go-Ride*?
3. Apakah terdapat hubungan antara citra merek dengan kepuasan konsumen pada pelanggan *Go-Ride*?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui hubungan antara harga dengan kepuasan konsumen.
2. Untuk mengetahui hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.
3. Untuk mengetahui hubungan antara citra merek dengan kepuasan konsumen.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi peneliti, untuk mendapatkan wawasan dan pengalaman dalam penelitian harga, kualitas produk, dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian. Agar peneliti mengerti bagaimana proses dalam penelitian ini. Dan juga untuk memenuhi syarat kelulusan S1 Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
2. Manfaat bagi perusahaan, dari penelitian ini perusahaan dapat mengetahui bagaimana kepuasan konsumen mereka melalui membeli produk mereka terhadap harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan. Sehingga jika ada konsumen yang merasa jika kurang puas dengan produk yang dijual perusahaan dapat memperbaiki hal tersebut.