

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Menurut Sianipar (2019), di era modern ini masyarakat mempunyai aktivitas yang beragam dan untuk memenuhi aktivitas tersebut masyarakat memerlukan adanya transportasi sebagai alat penunjang/alat bantu dalam melakukan aktivitasnya. Oleh karena itu pengusaha jasa transportasi berlomba-lomba menggaet konsumennya dengan peningkatan pelayanan, kemudahan pemesanan, kenyamanan armada, ketepatan waktu dan lain sebagainya. Di Indonesia banyak dijumpai sepeda motor juga melakukan fungsi sebagai kendaraan umum yaitu mengangkut orang/barang dan memungut biaya yang disepakati, moda transportasi jenis ini dikenal dengan nama ojek.

Seiring dengan berkembangnya teknologi saat ini terdapat aplikasi yang mengenalkan layanan pemesanan ojek menggunakan teknologi dan memakai standar pelayanan Marfat (2021). Sebelumnya ojek memakai sistem pangkalan berbasis wilayah di tikungan dan mulut-mulut gang. Pengendaran ojek dari wilayah lain tidak bisa sembarangan “mangkal” di suatu wilayah tanpa ijin dari pengendara ojek di wilayah tersebut. Untuk menggunakan jasa ojekpun, pemakai jasa harus membayar kontan dan tak jarang sering ditawari tawar-menawar. Saat ini sudah banyak penyedia jasa ojek online di Surabaya yang dikenal dengan nama Go-Jek, Blu-Jek,

Taksi Roda Dua, Grab Bike, Ojek Syar'fi, Bang Ojek Aja. Semua memberikan pelayanan yang hampir sama mulai dari mengantarkan orang dengan biaya yang berbeda-beda namun dengan sistem pemesanan yang sama yaitu pemesanan melalui aplikasi telepon genggam maupun website.

Fenomena yang berkembang dari layanan penjemputan transportasi dalam kota online telah diterima secara luas dan dianut oleh orang Indonesia yang telah lama menunggu transportasi yang terjangkau, berkualitas tinggi, dan mudah diakses. Azhar (2020) Beberapa contoh layanan seperti itu yang sangat populer adalah Gojek. Bagi banyak masyarakat, terutama mereka yang tinggal di kota berpenduduk padat seperti di Yogyakarta dan yang upah bulannya jauh dari biaya hidup, membeli kendaraan adalah sebuah pilihan. Oleh karena itu, inovasi terbaru dalam layanan transportasi ini membawa banyak solusi baru. Ada berbagai perusahaan di Indonesia yang menyediakan layanan transportasi umum berbasis elektronik, salah satu komunitas yang paling populer adalah seperti Grab dan Gojek. Aplikasi ini menyediakan berbagai layanan seperti ojek, penumpang atau barang, pemesanan makanan, memesan barang untuk kebutuhan Anda, dan sebagainya. Aplikasi ini dapat diunduh di PlayStore dan Appstore. Keberadaan Gojek dengan berbagai fitur layanannya pasti dapat memberikan efek yang berbeda pada komunitas. Gojek merupakan salah satu aplikasi yang saat ini banyak digunakan oleh manusia dan setiap saatnya selalu mengalami perkembangan. Aplikasi Gojek dapat bekerja dengan baik berkat didukung dengan sistem informasi geografis yang baik,

sehingga manusia dalam memanfaatkan aplikasi Gojek tidak hanya harus mengerti tentang bagaimana penggunaan aplikasi tersebut tetapi juga harus paham bagaimana sistem informasi geografis (peta) bekerja secara online.

Masalah yang sering muncul terhadap kualitas pelayanan Gojek adalah masih ditemukannya pengemudi mengendarai sepeda motor dengan kecepatan yang tinggi. Oktarini (2020) Terkadang driver juga tidak memberikan uang kembalian jika kedatangan selisih argo Rp 1000-5000, masalah lain yaitu kondisi keadaan Helm untuk pelanggan seringkali tidak terawat dan kotor, selain itu estimasi kedatangan driver tidak sesuai dengan aplikasi Gojek. Kurang baiknya pelayanan yang diberikan maka itu akan membuat pelanggan tidak puas dan meyakinkan orang lain untuk pergi ke penyedia lain. Selain kualitas pelayanan Faktor harga juga sangat mempengaruhi keputusan pengguna jasa, GOJEK sebagai perusahaan jasa seringkali memasang tarif Gojek yang sering Berubah-ubah sementara peningkatan pelayanan masih belum optimal Adanya ketidakpuasan pada pelanggan berdampak negatif pada penurunan loyalitas pengguna Jasa. Jika pengguna gojek merasa tidak puas, loyalitas tidak akan ditetapkan untuk menggunakan layanan gojek, sehingga mengakibatkan pelanggan akan beralih ke perusahaan sejenis.

Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa Gojek adalah layanan jasa transportasi online yang saat ini menjadi yang terbesar di Indonesia dan Gojek memiliki tarif yang cenderung murah di kalangan khususnya mahasiswa. Semenjak kemunculan Gojek, semakin banyak aplikasi

transportasi *online* lainnya yang bermunculan seperti Grab dan Maxim, oleh karena itu penelitian ini memilih Gojek karena memiliki rating yang paling tertinggi.

Berdasarkan permasalahan diatas, peneliti tertarik untuk membahas lebih lanjut, sehingga dalam hal ini ditentukan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Citra merek Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap loyalitas konsumen Pengguna Gojek”**

B. Identifikasi Masalah

1. Buruknya pelayanan pengemudi yang mana dapat dibuktikan dari cara mengendarai sepeda motor dengan kecepatan yang tinggi
2. Kualitas pelayanan yang kurang baik membuat pelanggan tidak puas setelah menggunakan ojek online Gojek
3. Terdapat beberapa pelanggan yang memiliki persepsi mahal terhadap harga ojek online Gojek

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang ada penelitian ini fokus pada pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, citra merek dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas konsumen pengguna jasa transportasi ojek online Gojek di kota Yogyakarta.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap Loyalitas Konsumen pengguna jasa transportasi Gojek di kota Yogyakarta?
2. Apakah Persepsi Harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap Loyalitas Konsumen pengguna jasa transportasi Gojek di kota Yogyakarta?
3. Apakah Citra Merek berpengaruh signifikan dan positif terhadap Loyalitas Konsumen pengguna jasa transportasi Gojek di kota Yogyakarta?
4. Apakah Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan dan positif terhadap Loyalitas Konsumen pengguna jasa transportasi Gojek di kota Yogyakarta?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pengguna jasa transportasi Gojek di kota Yogyakarta
2. Untuk mengetahui pengaruh positif persepsi harga terhadap loyalitas konsumen pengguna jasa transportasi Gojek di kota Yogyakarta
3. Untuk mengetahui pengaruh positif citra merek terhadap loyalitas konsumen pengguna jasa transportasi Gojek di kota Yogyakarta
4. Untuk mengetahui pengaruh positif kepuasan pelanggan terhadap loyalitas konsumen pengguna jasa transportasi Gojek di kota Yogyakarta.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan akan memberikan beberapa kegunaan atau manfaat yaitu antara lain:

a. Bagi Peneliti

1. Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan pemahaman peneliti mengenai pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, citra merek dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas konsumen
2. Sebagai implementasi atas teori yang telah didapat pada perkuliahan dan menambah wawasan akan dunia bisnis

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, citra merek dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas konsumen jasa transportasi Gojek di kota Yogyakarta, sehingga dapat menjadi masukan bagi perusahaan PT. Gojek Indonesia.

c. Bagi Universitas

Memberikan tambahan perbendaharaan kepustakaan khususnya yang berhubungan dengan loyalitas konsumen