

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Semakin majunya teknologi yang ada sekarang ini menciptakan peluang – peluang usaha yang ada dan juga menjadi persaingan yang sangat berat di karenakan kecanggihan kesimpulan penggunaan sangat penting untuk membuat eksistensi suatu usaha bisa berjalan terus. Kualitas pelayanan sangat penting bagi pengusaha untuk menjaga kepuasan konsumen dan terus ditingkatkan dengan melalui beberapa metode – metode yang ada.

Kini semakin disadari bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan. *Survive* tidaknya suatu perusahaan ditentukan oleh kemampuan perusahaan itu sendiri dalam memberikan pelayanan memuaskan kepada para pelangganya.

Kepuasan pelanggan bisa menjadi senjata andalan untuk tampil sebagai pemenang dalam persaingan tetapi bisa juga sebaliknya, dimana hal itu juga bisa menjadi bumerang yang dapat mengancam posisi perusahaan dalam dunia bisnis yang semakin maju dan kompleks.

Dari pihak manajemen harus bisa mengembangkan inovasi – inovasi yang ada sehingga dapat membuat kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan bisa berjalan dengan baik. Sehingga para pelanggan selalu merasa terpuaskan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan tersebut. Semuanya itu perlu ditempuh oleh perusahaan untuk mencapai profitabilitas yang tinggi sehingga

perusahaan dapat terus tumbuh dan berkembang sesuai dengan tuntutan persaingan dan bisa menjadi pemimpin pasar yang tangguh.

Untuk pengukuran kualitas pelayanan, menurut Parasuraman (dikutip dalam Tjiptono, 2004:26) dapat digunakan dimensi – dimensi kualitas pelayanan, yaitu bukti langsung (tangibles), kehandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance) dan empati (empathy). Pelayanan menekankan pada aspek kepuasan konsumen sehingga dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas kepada perusahaan yang telah memberikan kualitas pelayanan yang memuaskan.

Untuk dapat memberikan kepuasan kepada para pelanggan perusahaan dituntut dapat bersaing dengan perusahaan – perusahaan lain. Dalam persaingannya dengan perusahaan jasa pengiriman lainnya, PT Go-jek Indonesia telah memberikan pelayanan yang maksimal kepada para pelanggannya dengan fitur – fitur yang tersedia di smartphone android maupun IOS, walau PT. Go-jek Indonesia mempunyai keunggulan tersendiri dalam semua layanannya tetap selalu bersaing dengan perusahaan – perusahaan lain. Dalam layanan ini PT. Go-jek Indonesia mempunyai layanan jasa pengiriman barang yaitu Go-send untuk pengiriman satu wilayah yang terus dikembangkan untuk mempermudah pelayanan kepada pelanggan dan bisa terjaga eksistensinya.

Secara umum dapat dikatakan bahwa pada dasarnya keinginan para pelanggan yang berhubungan jasa pengiriman adalah menginginkan sesuatu yang lebih baik dan bermanfaat yaitu cepatnya kedatangan barang yang dikirim dan amanya pengiriman barang. Sebagai gambaran dapat dikemukakan pertimbangan

– pertimbangan pelanggan yang berhubungan dengan perusahaan pengiriman menurut tjiptono (2004) antara lain:

- a. Cepatnya pengiriman barang.
- b. Lokasi, menyangkut kemudahan jangkuan.
- c. Pelayanan, menyangkut perlakuan yang diterima.
- d. Keselamatan atau keamanan akan barang.

PT. Go-jek Indonesia membuka cabang – cabang kantor di seluruh kota besar serta driver – driver yang siap menerima pesanan untuk memenuhi semua faktor atau unsur – unsur yang menjadi pertimbangan para pelanggan, namun perusahaan belum mengetahui bagaimana penilaian para pelanggan terhadap PT. Go-jek Indonesia.

PT. Go-jek Indonesia sendiri hingga tahun 2006 sudah memiliki armada 200.000 armada yang tersebar di seluruh indonesia sehingga untuk melayani kebutuhan konsumennya. *Media Director Consumen Choices* GfK Indonesia, Robin Muliady mengungkapkan, jasa trasnprotasi paling banyak yang di pakai adalah Go-Jek (<http://teknologi.news.viva.co.id/news/read/748464-survei-gojek-ungguli-grab>, yang di unduh 2 November 2017).

Dengan fenomena tersebut penulis berusaha mengetahui tentang tanggapan para pelanggan terhadap kualitas pelayanan Go-send di wilayah Yogyakarta. Dari tanggapan tersebut dapat diketahui kelebihan dan kekurangan Go-send wilayah Yogyakarta sehingga dapat dievaluasi apakah strategi pemasaran yang selama ini diterapkan oleh Pt. Go-jek Indonesia sudah sesuai atau perlu dilakukan perubahan sehingga dicapai target yang diharapkan.

Mengingat peran yang cukup strategis dari kepuasan konsumen terhadap kelangsungan hidup perusahaan, dalam penelitian ini penulis ingin mengambil judul “**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN GO-SEND TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN WILAYAH YOGYAKARTA**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis merumuskan permasalahan yang akan diteliti secara lebih mendalam. Rumusan masalah tersebut sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan melalui bukti langsung, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara parsial mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan Go-send wilayah Yogyakarta ?
2. Apakah kualitas pelayanan melalui bukti langsung, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara simultan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan Go-send wilayah Yogyakarta ?
3. Diantara variabel bukti langsung, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati, variabel manakah yang mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan para pelanggan Go-send wilayah Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin diuraikan dalam penulisan ini mencakup sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan melalui bukti langsung, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara parsial mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan Go-send wilayah Yogyakarta.

2. Untuk mengetahui kualitas pelayanan melalui bukti langsung, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara simultan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan Go-send wilayah Yogyakarta.
3. Untuk mengetahui diantara variabel bukti langsung, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati, variabel manakah yang mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan para pelanggan Go-send wilayah Yogyakarta ?.

D. Manfaat penelitian

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah :

1. Bagi penulis

Sebagai studi banding antara ilmu yang diperoleh di kampus dengan di dunia kerja. Penelitian ini merupakan syarat penting bagi peneliti untuk mendapatkan gelar sarjana ekonomi. Sebagai salah satu informasi masyarakat luas.

2. Bagi akademik

Sebagai upaya peningkatan ketrampilan mahasiswa sebelum memasuki dunia kerja yang sesungguhnya.

3. Bagi perusahaan

Merupakan masukan yang dapat dipertimbangkan oleh pimpinan dalam menentukan kebijakan khususnya dalam layanan Go-send untuk menjaga eksistensinya dan terus maju.

E. Kerangka penulisan skripsi

Penulis skripsi ini akan menggunakan sistematika sebagai berikut:

1. BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini akan berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan kerangka penulisan skripsi.

2. BAB II: LANDASAN PUSTAKA

Bab ini merupakan bab yang berisikan tentang landasan pustaka yang memaparkan secara singkat tentang upah kerja, disiplin kerja mitra dan kepuasan mitra.

3. BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis penelitian, populasi dan sampel dari penelitian, variabel penelitian, metode sampling, teknik pengumpulan data dan metode analisa data.

4. BAB IV: GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini membahas tentang gambaran umum PT. Go-jek Indonesia sejarah singkat, visi dan misi perusahaan, struktur organisasi, dan pelayanan.

5. BAB V: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan bab yang berisi analisis data yang telah diperoleh dalam penelitian. Analisis data yang dilakukan meliputi analisis deskriptif dan analisis statistika digunakan untuk melakukan pengujian terhadap hipotesis penelitian.

6. BAB IV: PENUTUP

Bab ini merupakan bagian penutup dari skripsi ini dalam bab ini akan disajikan kesimpulan serta saran.