

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Transportasi merupakan bidang yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat Indonesia, mengingat kebutuhan masyarakat Indonesia akan adanya transportasi yang tinggi. Dewasa ini bidang transportasi di Indonesia sedang digencarkan dengan munculnya transportasi berbasis aplikasi atau biasa disebut dengan transportasi online. Transportasi online merupakan transportasi yang memanfaatkan aplikasi sebagai media pemesanan untuk memudahkan konsumen dalam hal pemenuhan kebutuhan transportasi

Jasa transportasi saat ini dirasa sebagai sarana yang sangat penting di dalam kehidupan masyarakat, transportasi digunakan setiap masyarakat untuk memperlancar aktifitas sehari-harinya, setiap orang tentu membutuhkan transportasi dalam berbagai kegiatannya seperti bekerja, bersekolah, bepergian maupun aktifitas lainnya. Semakin banyak jenis jasa transportasi dan berbagai macam merek yang ditawarkan, membuat konsumen sebagai pengambil keputusan menjadi lebih selektif dalam proses pengambilan keputusannya, Perusahaan pun harus melakukan usaha-usaha dalam menarik konsumen agar membeli dan menggunakan jasanya. Keputusan Pembelian menurut Philip Kotler (2010) adalah preferensi konsumen atas merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan dan niat konsumen untuk membeli merek yang paling disukai. Menurut Durianto dkk (2004), Merek memudahkan proses

pengambilan Keputusan Pembelian oleh konsumen, dengan adanya merek, konsumen dapat dengan mudah membedakan produk yang akan dibelinya dengan produk lain sehubungan dengan kualitas, kepuasan, kebanggaan, ataupun atribut lain yang melekat pada merek tersebut.

Di era globalisasi, perkembangan dan pertumbuhan penduduk sangat pesat, banyak perubahan dan kebutuhan masyarakat yang bertambah. Kondisi ini membuat masyarakat harus bisa bekerja dan melakukan segala aktivitas lainnya secara tepat dan efisien. Hal ini memunculkan persaingan bisnis menjadi sangat tajam, baik di pasar nasional (domestik) maupun di pasar internasional atau global. Hal tersebut tentu menuntut sektor bisnis untuk melakukan perkembangan dan perubahan baru agar dapat memenuhi segala kebutuhan masyarakat, salah satu sektor bisnis yang memiliki peranan yang cukup vital dalam menunjang kegiatan masyarakat sehari-hari ialah sektor jasa transportasi. Di Indonesia, ojek online dipelopori oleh PT. Go-Jek Indonesia. Go-Jek didirikan oleh pengusaha Indonesia bernama Nadiem Makarim.

Sejak Januari 2015, Go-Jek meluncurkan aplikasi pesan via online yang dapat diakses melalui smartphone. Layaknya virus yang menjamur begitu dengan cepat dan ramai, Go-Jek sebagai perusahaan *Startup* lokal yang berkembang sangat pesat merambah luas ke kota-kota besar di Indonesia dan menjelma sebagai perusahaan yang menawarkan jasa transportasi antar penumpang dengan sepeda motor alias ojek. Setiap jasa transportasi dituntut untuk selalu peka terhadap perubahan-perubahan yang terjadi pada pasar dan mampu menciptakan ide yang kreatif, hal ini bertujuan agar jasa yang

ditawarkannya dapat menarik bagi konsumen, sehingga apa yang diinginkan konsumen dapat dipenuhi oleh perusahaan, dan bertahan di tengah-tengah persaingan yang sangat ketat. Dengan demikian untuk mencapai titik kepuasan konsumen hingga menimbulkan penggunaan jasa Go-Jek, saat ini pemasar tidak hanya gencar melakukan promosi, tetapi juga memberikan keunggulan dan pengalaman unik kepada konsumen sehingga konsumen terkesan dan selalu mengingat sebuah jasa transportasi yang digunakan. Dapat ditarik kesimpulan bahwa masalah yang sering terjadi pada pengguna Go-Jek adalah kurang puasnya pelayanan yang diberikan oleh driver Go-Jek terhadap konsumennya.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan yang menyenangkan yang didapat saat mendapatkan sesuatu atau sesuatu yang diinginkan terjadi (Tjiptono & Fandy, 2008: 292). Kepuasan dipengaruhi oleh persepsi pelanggan terhadap manfaat yang diterima dibandingkan dengan pengobanan yang dikeluarkan ketika membeli atau menggunakan suatu barang atau jasa. Salah satu alasan yang menyebabkan ketidakpuasan pelanggan adalah tidak terpenuhinya harapan seperti yang diinginkan. Misalkan, alasan kualitas yang tidak bagus, pelayanan yang tidak memuaskan dan harga yang mahal (Tjiptono,2008:50), sehingga pelanggan yang puas akan membeli dan mencoba lagi, akan tetapi sebaliknya pelanggan yang merasa tidak puas, kemungkinan akan melakukan komplain dan perusahaan harus dapat menyelesaikan komplain tersebut agar pelanggan dapat merasa puas.

Berdasarkan pengalaman serta perbincangan dengan orang-orang yang merupakan pelanggan Go-Jek, ada hal-hal yang tentu saja mereka keluhkan dari layanan driver Go-Jek, dimana keluhan konsumen didominasi oleh beberapa kritik yaitu: Ada driver di Go-Jek tidak menggunakan atribut lengkap dari PT. Go-jek, Tarif pengantaran driver Go-Jek yang sering berubah-ubah, dan terkadang ada driver Go-jek tidak memberikan uang kembalian jika kedatangan selisih argo Rp1.000- Rp3.000.

Adanya permasalahan yang terjadi di lapangan tersebut, perusahaan Go-Jek seharusnya dapat terus meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada penggunanya untuk tetap bersaing dan mempertahankan eksistensinya.

Dengan adanya masalah-masalah dalam kasus ini, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Go-Jek (Studi Kasus Mahasiswa Kampus 3 UMBY)

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah

1. Apakah Secara Parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Pelanggan Go-Jek Mahasiswa Kampus 3 UMBY?
2. Apakah Secara Simultan variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Pelanggan Go-Jek pada Mahasiswa Kampus 3 UMBY?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh penulis sehubungan dengan masalah yang telah dirumuskan diatas, penelitian ini bertujuan:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara parsial variabel kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan Pelanggan Go-Jek pada Mahasiswa Kampus 3 UMBY.
2. Untuk mengetahui dan menegtahui pengaruh secara simultan variabel kualitas berpengaruh terhadap kepuasan Pelanggan Go-Jek pada Mahasiswa Kampus 3 UMBY.

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan diharapkan bisa dijadikan sebagai salah satu dasar pertimbangan dalam menentukan langkah dan kebijakan perusahaan khususnya dalam penentuan strategi pemasaran yang berorientasi pada Kepuasan Pelanggan
2. Bagi Peneliti diharapkan dapat menjadi sarana untuk melatih dan memperluas wawasan peneliti pada bidang manajemen pemasaran kaitannya dengan kepuasan konsumen.
3. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi/acuan dan pengetahuan untuk penelitian-penelitian di bidang pemasaran terutama yang berkenaan dengan kepuasan pelanggan.

E. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pemahaman dalam penelitian ini, maka dibuat rancangan penulisan yang mana dalam penelitian ini terdiri dari:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini memuat teori yang relevan dengan penelitian yang dilakukan yaitu tentang teori Kualitas layanan dan kepuasan konsumen,. Selain itu juga memuat hasil penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini akan diuraikan tentang populasi, sampel dan metode pengambilan sampel, sumber data dan data, variabel – variabel penelitian dan metode pengumpulan data, metode analisa data.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian serta menyajikan hasil penelitian dan pembahasan mengenai masalah yang diteliti.

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan bab akhir yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan dan saran-saran yang diberikan berdasarkan hasil dari analisis data dan pembahasan sebelumnya.