

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Berkembangnya transportasi online membuat aktivitas masyarakat sangat terbantu akan adanya transportasi online tersebut. Saat ini ada 21,7 juta orang di Indonesia yang menggunakan layanan ride atau berbagai layanan lainnya (Yuni Astutik, CNBC Indonesia 2020). Fakta tersebut juga terbukti dengan banyaknya unduhan aplikasi Gojek dalam PlayStore yang terdapat 100jt+ unduhan terhadap aplikasi layanan Gojek, dengan itu menyatakan bahwa layanan transportasi online terhadap kebutuhan transportasi masyarakat sangat penting dalam aktivitas sehari-hari masyarakat.

Aspek kehidupan yang terkena dampak internet salah satunya adalah sistem transportasi konvensional seperti ojek, taksi dan lainnya (Agung,2019). Transportasi online sendiri mulai muncul pada pertengahan tahun 2015. Gojek sebagai pionir dari sejarah perkembangan transportasi online di Indonesia. Dalam rentang waktu dua belas bulan. Gojek berkembang dari sebuah aplikasi mobile baru menjadi sebuah layanan besar.



Gambar 1. 1

Sumber : dailysocial.id

Tingginya minat konsumen terhadap transportasi online membuat perusahaan jasa transportasi online berlomba-lomba menghadirkan layanan menarik demi bias menciptakan kepuasan konsumennya. Gojek membuat layanan seperti Go-clean, Go-Message, Go-auto, Go-Pulsa, Go-Send, Go-Tik dan layanan pembayaran seperti Go-Pay. Saat ini Gojek hadir di 167 kota dan kabupaten dari Sabang ujung paling barat Indonesia- sampai Merauke ujung paling timur Indonesia (Nuraini,2018).

Selain itu, Gojek juga memiliki persaingan dalam dunia bisnis transportasi online. Salah satunya merupakan transportasi online Grab merupakan kompetitor terkuat gojek dalam transportasi online, Grab menyediakan layanan seperti GrabHealth, GrabFresh, GrabFood, GrabRide dan Lainnya. Keduanya saling memberikan yang terbaik untuk mendapatkan hati dalam menciptakan transportasi online pilihan masyarakat.

Gojek adalah sebuah perusahaan teknologi Indonesia yang melayani angkutan melalui jasa ojek. Gojek didirikan oleh Nadiem Makarim, warga Negara Indonesia lulusan Master of Business Administration dari Harvard Business School. Ide

mendirikan Gojek muncul dari pengalaman pribadi Nadiem Makarim menggunakan transportasi online hampir setiap hari ke tempat kerjanya untuk menembus kemacetan di Jakarta. Pada tanggal 13 Oktober 2010, Gojek resmi berdiri dengan 20 orang pengemudi. Pada saat itu, Gojek masih mengandalkan call center untuk menghubungkan penumpang dengan pengemudi ojek. Pada tanggal 2015, Gojek akhirnya meluncurkan aplikasi berbasis Android dan iOS untuk menggunakan sistem pemesanan menggunakan call center.

Dalam penelitian ini, populasi dan tempat dalam melakukan penelitian merupakan masyarakat dan pengguna Transportasi Online Gojek di Petukangan selatan. Petukangan Selatan memiliki jumlah penduduk kurang lebih 46.000 jiwa terbagi dalam 83 RT dari jumlah 8 RW, maka dari itu penelitian ini menggunakan sampel dari populasi penduduk petukangan selatan untuk mengambil beberapa responden terkait objek dalam penelitian ini.

Tabel 1. 1
Penilaian Konsumen

No	Keterangan	Responden
1	Driver Gojek tidak menggunakan atribut lengkap dari PT. Gojek yaitu jaket dan helm	11
2	Sering mendapat driver yang jauh dari lokasi penjemputan	3
3	Driver mengendarai motordengan kecepatan tinggi	0
4	Driver mambatalkan order konsumen tanpa sebab	3

5	Server Gojek seringkali bermasalah jika memasuki jam sibuk	4
6	Susah mendapatkan driver jika ordernya jarak jauh	7
7	Driver datang tidak sesuai dengan waktu aplikasi Gojek	2

Sumber : Data peneliti, 2022

Terkait dengan aspek yang meliputi pengetahuan dan kelemahan driver pemberi layanan, kemampuan mereka untuk menginspirasi kenyamanan bagi pengguna layanan, maka sesuai dengan masalah yang ditemukan dilapangan yaitu kurangnya kualitas SDM dalam menangani pelayanan ditunjukkan dengan *driver* dalam mengenakan atribut lengkap dari PT. Gojek yaitu jaket dan helm. Dampak yang diterima konsumen dalam hal tidak mengenakan atribut lengkap yaitu munculnya stigma negative terhadap Gojek, kurangnya respect terhadap *driver*, rendahnya profesionalitas *driver* dalam bekerja maupun melayani konsumen. Hal ini menunjukkan masih adanya kelemahan-kelemahan *driver* dalam menyikapi konsumen.

Dalam kepuasan konsumen, harga , kepercayaan , dan kualitas layanan menjadi salah satu pertimbangan dalam penggunaan layanan transportasi online Gojek. Harga , kepercayaan , dan kualitas layanan yang dapat di jangkau konsumen, sehingga pengguna produk tersebut benar tersedia bagi konsumen dari berbagai kalangan untuk menggunakan produk tersebut dan produk yang ditawarkan memiliki inovasi yang baik.

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap hasil produk dan harapannya. Fenomena yang terkait dari variabel kepuasan konsumen, memberikan kepuasan kepada konsumen dalam memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan merupakan salah satu hal terpenting bagi perusahaan untuk menghadapi persaingan bisnis. Salah satu cara untuk merebut pangsa pasar adalah membuat konsumen merasa puas dan nyaman terhadap produk atau jasa yang diberikan. Maka dari itu Gojek harus mampu untuk memberikan kepuasan konsumen dalam memenuhi kebutuhan dan harapannya agar dapat mempertahankan eksistensi dan bersaing terhadap para pesaingnya.

Harga adalah nilai uang yang harus dibayarkan konsumen kepada penjual untuk mendapatkan barang atau jasa yang ingin dibelinya. Fenomena yang terkait dari variabel harga, banyaknya persaingan layanan transportasi online dengan menawarkan harga yang relatif lebih rendah dari Gojek. Sehingga Gojek harus mampu membuat harga yang dapat bersaing dengan layanan transportasi online lainnya.

Kepercayaan ialah pemikiran deskriptif yang dianut seseorang tentang suatu hal. Fenomena yang terkait dari variabel kepercayaan, masyarakat yang biasanya tidak ingin memakai ojek konvensional karena beberapa alasan yaitu masalah keamanan dan transparansi harga. Gojek merupakan salah satu jawaban atas kekhawatiran yang selama ini dirasakan masyarakat dalam memilih transportasi ojek, karena Gojek lebih terorganisir dengan baik, dan didukung dengan teknologi yang memudahkan pengguna dalam mengakses layanan yang ditawarkan Gojek.

Kualitas layanan merupakan tingkat layanan yang berkaitan dengan harapan dan kebutuhan konsumen atau pengguna. Fenomena yang terkait dari variabel kualitas layanan, agar Gojek dapat bertahan dalam persaingan terhadap layanan transportasi online lainnya Gojek harus meningkatkan kualitas layanan agar konsumen tetap menggunakan transportasi online Gojek serta merasakan kepuasan terhadap layanan yang diberikan.

Gojek selalu memasuki peringkat pertama di pasar Indonesia khususnya pada kategori jasa transportasi online. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 1.2 Top Brand index Kategori Jasa Transportasi Online (2018 – 2021).

Tabel 1. 2
Top brand

Merek	2018		2019		2020		2021	
	TBI	TOP	TBI	TOP	TBI	TOP	TBI	TOP
Gojek	44.9%	TOP	44.6%	TOP	43.5%	TOP	53.0%	TOP
Grab	48.0%	TOP	43.1%	TOP	47.3%	TOP	39.7%	TOP

Sumber : topbrands-award.com (2018-2021)

Dengan masuknya transportasi online Gojek ke dalam *Top Brand*, berarti merek Gojek menjadi produk yang banyak diminati dan dicari oleh konsumen. Pada table *Top Brand* 1.1 diatas bahwa Gojek mengalami kenaikan maupun penurunan dari periode tahun 2018-2021. Dan bagaimanapun, jasa transportasi online Gojek selalu menjadi *Top Brand* dalam empat tahun terakhir.

Merek jasa transportasi online Gojek merupakan salah satu jasa transportasi online yang laris sehingga masuk dalam *Top Brand Award*, karena merek Gojek memiliki brand image yang kuat dan kepuasan konsumen yang diutamakan. Karena itulah jasa transportasi online Gojek selalu menjadi Top Brand karena memiliki

brand image yang baik dan berkualitas serta tidak mengecewakan konsumen untuk menggunakannya.

Untuk melihat kepuasan konsumen, peneliti melakukan pra survey dengan menyebarkan *Google Form* kepada 30 responden yaitu Pengguna layanan transportasi online Gojek di Jakarta Selatan tentang pendapatnya mengenai kepuasan konsumen layanan transportasi online Gojek.

Tabel 1. 3
Hasil Pra Survey

No	Pertanyaan Pra Suvey	Jumlah			
		Setuju		Tidak Setuju	
1	Apakah Harga murah yang ditetapkan Gojek, Sesuai dengan keinginan anda?	93,3%	28	6,7%	2
2	Apakah kepuasan yang diberikan Gojek, membuat kepercayaan terhadap layanan transportasi Gojek?	100%	30	-	-
3	Apakah Kualitas layanan yang diberikan Gojek sangat memuaskan anda?	96,7%	29	3,3%	1

Sumber : Hasil Pra Survey (2022)

Menurut Tjiptono dalam Agung Putra Wicaksono (2020), Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia persepsikan dibandingkan dengan harapannya.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen suatu produk antara lain Harga, Kepercayaan, dan Kualitas Layanan. Fungsi dari variable-variabel tersebut sebagai ukuran sejauh mana efektivitas suatu produk dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah harga. Konsep harga bagi konsumen adalah segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk. Bagi perusahaan, penetapan harga merupakan cara untuk membedakan penawarannya dari para pesaing (Febrilia, Ika 2019). Gojek memberikan harga yang murah dan terjangkau untuk kalangan masyarakat dari mahasiswa, remaja dan para pekerja. Harga Gojek khusus wilayah JABODETABEK biaya GoRide Rp.3000/Km untuk perjalanan diatas 10km dengan harga yang terjangkau konsumen dapat mendapatkan layanan transportasi online dengan nyaman. Menurut penelitian Aulia, Muhammad, Heni Nastiti, and Bernadin Dwi Mardiatmi (2021), Menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan penelitian yang dilakukan Febrilia, Ika (2019), Menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Tidak hanya harga, Salah satu pertimbangan dalam kepuasan konsumen adalah Kepercayaan. Dengan rasa percaya yang ditimbulkan konsumen dapat

memperngaruhi terhadap keberhasilan dalam kepuasan konsumen. Menurut (Norhermaya dan Soesanto 2018), membentuk kepercayaan konsumen merupakan salah satu cara untuk menciptakan dan mempertahankan konsumen. kepercayaan merupakan rasa yang muncul secara perlahan-lahan ketika mitra kerja suatu perusahaan mendapatkan suatu keyakinan bahwa suatu perusahaan jasa atau penyedia jasa memberikan timbal balik secara efektif dan jelas. Menurut penelitian AD Lestari, I Hidayat (2019), Menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan menurut penelitian Marwey, Tumbel, Ogi (2018), Menyatakan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Selanjutnya dalam meningkatkan kepuasan konsumen selain harga dan kepercayaan, kualitas layanan juga menentukan kepuasan konsumen terhadap suatu produk atau jasa. Menurut Lewis & Booms dan Chandra dalam (Atmaja,2018) "Kualitas layanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan". Faktor kualitas layanan juga sebagai faktor penentu tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Menurut penelitian Dari, Sri Wulan, and Prijati (2019). Menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan menurut penelitian Istriani (2019), Menyatakan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 1. 4
Research Gab

Variabel	Peneliti (Tahun)	Hasil Penelitian
Harga (X1)	Aulia, Muhammad, Heni Nasiti, and Bernadin Dwi Mardiatmi (2021)	Berpengaruh
	Febrilia, Ika (2019)	Tidak Berpengaruh
Kepercayaan (X2)	AD Lestari, I Hidayat (2019)	Berpengaruh
	Mawey, Tumbel, Ogi (2018)	Tidak berpengaruh
Kualitas Layanan (X3)	Dari, Sri Wulan, and Prijati (2019)	Berpengaruh
	E.Istriani (2019)	Tidak berpengaruh

Sumber : diolah oleh peneliti (2022)

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH HARGA, KEPERCAYAAN, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN TRANSPORTASI ONLINE GOJEK DI PETUKANGAN SELATAN ”**.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang sudah dijelaskan, maka Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah Harga, Kepercayaan, dan Kualitas layanan secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Transportasi Online Gojek di Petukangan Selatan ?
2. Apakah Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Transportasi Online Gojek di Petukangan Selatan ?

3. Apakah Kepercayaan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Transportasi Online Gojek di Petukangan Selatan ?
4. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Transportasi Online Gojek di Petukangan Selatan?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang ada, tujuan penelitian ini adalah.

- a. Untuk mengetahui pengaruh Harga, Kepercayaan dan Kualitas layanan secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Transportasi Online Gojek di Petukangan Selatan.
- b. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen Transportasi Online Gojek di Petukangan Selatan .
- c. Untuk mengetahui pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen Transportasi Online Gojek di Petukangan Selatan .
- d. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Transportasi Online Gojek di Petukangan Selatan .

2. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini antara lain:

- a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan mampu menambah ilmu dan wawasan bagi peneliti, juga guna memenuhi syarat kelulusan serta untuk mendapatkan gelar S1.

b. Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan mampu untuk memberikan informasi mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian

c. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan mampu digunakan sebagai bahan referensi dan tambahan informasi bagi pembaca yang akan melakukan penelitian selanjutnya, khususnya tentang pemasaran mengenai Harga, Kepercayaan dan Kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen layanan transportasi online Gojek di Petukangan Selatan.

