

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Berkembangnya teknologi membuat masyarakat mengeluarkan ide-ide baru untuk mempermudah dalam melakukan aktifitas sehari-hari. Kotler dan Amstrong (2008) menyampaikan bahwa perkembangan pesat teknologi telah menciptakan cara baru yang menarik untuk mempelajari dan melacak konsumen dan menciptakan produk dan jasa yang diperuntukkan bagi kebutuhan konsumen perorangan. Sedangkan teknologi informasi yang disampaikan Sutabri (2014) adalah suatu teknologi yang digunakan untuk mengolah data, termasuk memproses, mendapatkan, menyusun, menyimpan, memanipulasi data dalam berbagai cara untuk menghasilkan informasi yang berkualitas, yaitu informasi yang relevan, akurat dan tepat waktu, yang strategis untuk mengambil keputusan. Berdasarkan penelitian yang disampaikan oleh Ketmi Suriyanto dan Ety Istriani (2019) teknologi juga membantu perusahaan mendistribusikan produk secara lebih efektif dan efisien, kualitas pelayanan dan harga akan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen dalam menikmati suatu produk dan jasa. Sehingga menuntun masyarakat Indonesia untuk terus berinovasi agar tidak kalah maju dengan negara lain.

Berdasarkan penelitian Chriswardana Dewa (2018) bahwa transportasi sudah menjadi kebutuhan utama masyarakat saat ini, karena transportasi dapat menyediakan keefektifan dalam pekerjaan dan sebagai sarana untuk

memenuhi kebutuhan sehari-hari. Terdapat tiga jalur transportasi di Indonesia, yaitu jalur udara, jalur laut dan jalur darat. Jalur darat merupakan jalur terpadat diantara ketiga jalur tersebut, karena masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya sehari-hari memilih untuk menggunakan jalur darat, sehingga harga transportasi darat menjadi transportasi yang paling murah. Masyarakat memiliki ketergantungan yang tinggi terhadap transportasi, karena masyarakat menginginkan efisiensi waktu perjalanan. Seiring berkembangnya jaman maka ada beberapa orang yang mulai mengembangkan dunia transportasi dengan menggabungkannya dengan dunia internet. Inovasi ini akhirnya melahirkan dunia transportasi yang baru yang disebut transportasi online.

PT Gojek Indonesia adalah perusahaan yang menyediakan jasa angkutan dengan menggunakan aplikasi yang dapat diakses melalui internet. **Gojek** (sebelumnya ditulis **GO-JEK**) merupakan sebuah perusahaan teknologi asal Indonesia yang melayani angkutan melalui jasa ojek. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2010 di Jakarta oleh Nadiem Makarim. Saat ini, Gojek telah tersedia di 50 kota di Indonesia. Hingga bulan Juni 2016, aplikasi Gojek sudah diunduh sebanyak hampir 10 juta kali di Google Play pada sistem operasi Android, dan telah tersedia di App Store. Gojek menawarkan berbagai transportasi baik sepeda motor (*GoRide*), mobil (*GoCar*), taksi (*GoBluebird*).

Dalam penelitiannya, Chriswardana Dewa (2018) menyampaikan bahwa manfaat yang dirasakan konsumen saat menggunakan fasilitas aplikasi transportasi online adalah tahun keluar kendaraan yang mendaftar sebagai driver minimal keluaran tahun 2000, pada aplikasi tertera data diri driver dan *GPS* untuk melacak keberadaan para drivernya. Sebagai pelanggan khusus kendaraan roda dua telah dipersiapkan helm

dan asuransi keselamatan untuk semua pengguna jasa transportasi online. Proses pemesanan dapat dilakukan dengan mudah yaitu dengan melakukan order melalui aplikasi melalui *smartphone*. Pada aplikasi terdapat layanan pengaduan dan pada akhir pelayanan pelanggan dapat memberikan review dan rating untuk driver tentang pelayanan yang sudah didapatkannya.

Tjiptono (2014) menyampaikan bahwa yang berkaitan dengan memberikan kepuasan kepada konsumen dalam memenuhi kebutuhan, keinginan serta harapan mereka merupakan hal terpenting bagi perusahaan untuk menghadapi persaingan. Salah satu untuk merebut pangsa pasar adalah memperoleh konsumen sebanyak-banyaknya. Kenyamanan dan keamanan juga menjadi faktor dalam meraih konsumen. Untuk mendapatkan kepuasan konsumen tidak mudah karena harapan pada setiap masing-masing konsumen berbeda.

Tjiptono (2016) menyampaikan bahwa pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering. Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai evaluasi keseluruhan kinerja pasca pembelian terhadap perusahaan atau pemanfaatan layanan. Dengan memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen baik dalam bersikap ataupun berbicara, membuat konsumen merasa tertarik untuk kembali menggunakan jasa atau produk.

Berkaitan dengan kualitas pelayanan Kotler (2007) menyampaikan kualitas pelayanan merupakan suatu komponen yang perlu diwujudkan oleh suatu perusahaan untuk meningkatkan daya beli akan suatu produk atau jasa, karena kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang dapat menambah atau bahkan mengurangi konsumen dalam penggunaan suatu produk atau jasa.

Berkaitan dengan promosi yang disampaikan oleh Kotler dan Amstrong (2016) promosi merupakan cara suatu perusahaan untuk melakukan bauran pemasaran dalam menginfirasikan, mengkomunikasikan kepada kosumen tentang keunggulan produk atau jasa tersebut. Dalam melakukan promosi suatu produk atau jasa perusahaan harus pandai untuk menarik perhatian konsumen agar mempunyai keinginan dalam menggunakan jasa tersebut. Lupiyoadi (2013) menambahkan bahwa promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting untuk dilaksanakan dalam memasarkan produk jasa. Sedangkan Buchari (2011) menyatakan promosi adalah sejenis komunikasi yang memberikan penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa, tujuan promosi memperoleh perhatian, menididik, mengingatkan dan meyakinkan calon pelanggan.

Harga menurut Kotler (2007) adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Sedangkan Kotler (2012) menyampaikan harga adalah jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk produk atau jasa. Ukuran bagi konsumen adalah harga, untuk memberikan penilaian mutu suatu produk atau jasa konsumen akan melihat seberapa berkualitas suatu produk atau jasa dengan dibandingkan uang yang akan dikeluarkan oleh konsumen.

GoJek sempat memberi tarif Rp 1.900 per kilometer di wilayah Jabodetabek pada Sabtu(4/5/2019). Padahal, berdasarkan Keputusan Kementerian Perhubungan nomor 348 tahun 2019, batas bawah Rp 2.000 perkilometer batas atas Rp 2.500 per kilometer yang berlaku sejak 1 Mei 2019. Hal itu dilakukan berdasarkan hasil monitoring dan evaluasi selama tiga hari pertama pemberlakuan tarif uji coba. Pihaknya

melihat adanya penurunan order GoRide yang cukup signifikan, sehingga dengan kenaikan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan menjadikan pengurangan pelanggan GoRide.

Berdasarkan penelitian dari Rendy Gulla, Sem George, Oroh Ferdy Roring (2015) yang berjudul *Analisis Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Manado Grace Inn* dengan menyatakan hasil penelitiannya Secara simultan harga, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan, Secara partial harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan, Secara partial promosi berpengaruh *tidak signifikan* terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Manado Grace In.

Sedangkan berdasarkan hasil penelitian I.M Mardiza (2019) yang berjudul *Pengaruh Kualitas pelayanan, Harga, Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Transportasi Online Grab di wilayah Tulungagung* menyatakan bahwa Kualitas pelayanan dan harga dan berpengaruh *positif dan signifikan*, promosi berpengaruh *negatif dan signifikan* terhadap kepuasan konsumen jasa transportasi online Grab di wilayah Tulungagung.

Berdasarkan latar belakang hasil penelitian terdahulu menjadi dasar pertimbangan untuk dilakukannya penelitian yang berkaitan dengan pengaruh secara langsung dan tidak langsung harga, promosi, Kualitas Layanan dan kepuasan konsumen GoRide. Objek penelitian yang digunakan adalah mahasiswa S1 Manajemen STIE AUB Surakarta angkatan 2016/2017.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Impak Kualitas Pelayanan, Promosi dan Harga Terhadap**

Kepuasan Konsumen GoRide Mahasiswa S1 Manajemen di STIE AUB Surakarta”.

B. Perumusan Masalah dan Batasan Masalah

1. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka dapat

- a. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen *GoRide* mahasiswa S1 Manajemen STIE AUB Surakarta?
- b. Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen *GoRide* mahasiswa S1 Manajemen STIE AUB Surakarta?
- c. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen *GoRide* mahasiswa S1 Manajemen STIE AUB Surakarta?

2. Batasan Masalah

- a. Variabel yang menjadi amatan peneliti yaitu: kualitas pelayanan, promosi, harga dan kepuasan konsumen.
- b. Responden yang menjadi sampel adalah mahasiswa S1 manajemen di STIE AUB Surakarta yang menggunakan jasa *GoRide*.
- c. Metode analisis statistik dengan analisis regresi linier berganda

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Untuk menganalisis dan memberikan bukti empiris apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen *GoRide* pada mahasiswa S1 Manajemen di STIE AUB Surakarta.
- b. Untuk menganalisis dan memberikan bukti empiris apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen *GoRide* pada mahasiswa S1 Manajemen di STIE AUB Surakarta.
- c. Untuk menganalisis dan memberikan bukti empiris apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen *GoRide* pada mahasiswa S1 Manajemen di STIE AUB Surakarta.

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan beberapa manfaat yaitu:

- a. Bagi ilmu pengetahuan/ Manfaat teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan khasanah pengetahuan tentang pengaruh kualitas layanan, promosi, harga terhadap kepuasan pelanggan.
- b. Bagi Instansi/ Manfaat praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang kepuasan konsumen melalui kualitas pelayanan, promosi dan harga terhadap penggunaan *GoRide* mahasiswa S1 Manajemen STIE AUB Surakarta dalam rangka upaya perbaikan kualitas produk pada masa yang akan datang.

D. Sistematika Penulisan

Sistematika penelitian ini meliputi:

BAB I Pendahuluan

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian dan sistematia penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka

Bab ini menguraikan teori yang berkaitan dengan judul skripsi, penelitian terdahulu dan perumusan hipotesis.

BAB III Metode Penelitian

Bab ini membahas tentang desain penelitian, definisi operasional variabel yang digunakan, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data serta metode analisis.

BAB IV Hasil dan Pembahasan

Bab ini menjelaskan tentang deskripsi data, hasil pengujian dan pembahasan.

BAB V Penutup

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian, keterbatasan penelitian dan saran.