

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di masa sekarang ini transportasi menjadi kebutuhan yang tidak terpisahkan oleh masyarakat dalam menjalani aktivitas sehari-hari. Hal ini menandakan bahwa permintaan akan berbagai jenis produk jasa transportasi oleh konsumen semakin meningkat. Hal ini tentunya menjadi peluang bagi perusahaan dalam mencari strategi untuk menarik pelanggan agar memesan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan jasa transportasi. Alat transportasi darat di Indonesia terbagi menjadi dua yaitu transportasi *online* dan transportasi *offline*. Seiring berjalannya waktu model transportasi *online* semakin berkembang, hal ini dibuktikan dengan banyaknya perusahaan jasa transportasi yang bergerak pada industri transportasi *online* di Indonesia. Dari hasil survei, terdapat 4 mode transportasi yang paling banyak digunakan masyarakat yaitu ojek *online*, bus Trans dan KRL (www.jpnn.com).

Di Purwokerto terdapat transportasi *online* yaitu GOJEK dan GRAB. GOJEK di wilayah Purwokerto ini sekarang sudah memiliki beberapa layanan seperti GoCar, GoRide, GoShop dan GoFood. Semakin banyak layanan yang

disediakan oleh GOJEK pastinya semakin pula orang yang menggunakan aplikasi Gojek dan para mitra driver Gojek di wilayah Banyumas semakin bertambah (www.infojtek.com). Dan pesaing GOJEK dan GRAB terlihat jelas dengan harga yang berselisih sedikit selain itu pesaing di aplikasi Antara GOJEK dan GRAB yang hamper mirip. Dengan demikian berarti GOJEK berusaha untuk meningkat kualitas layanan untuk meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan transportasi *online* di Purwokerto.

Loyalitas dan kepuasan pelanggan pada transportasi *online* dapat dipengaruhi oleh kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi. Kualitas layanan yang baik sangat dibutuhkan oleh konsumen pada sebuah jasa transportasi *online* karena ketika menggunakan jasa transportasi yang dirasakan oleh konsumen adalah layanannya. Selain kualitas layanan, adanya pemanfaatan teknologi juga sangat penting dalam menunjang keberadaan transportasi *online* sekarang ini. Jika kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi yang diberikan oleh GOJEK baik maka akan membuat konsumen puas, dan jika konsumen puas maka dapat menimbulkan rasa loyal akan suatu jasa yang ditawarkan. Berdasarkan penjelasan tersebut maka dapat dikemukakan bahwa kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi merupakan elemen penting bagi perusahaan transportasi *online* dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Hal ini bertujuan agar pelanggan merasa puas dan memberikan kontribusi yang positif bagi pihak perusahaan GOJEK, salah satu dampak kepuasan pelanggan adalah terbentuknya loyalitas pelanggan bagi perusahaan transportasi *online*.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan adalah kualitas layanan. Menurut Lovelock dan Wirtz (2011) dalam Priansa (2017) kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Kualitas layanan dalam jasa merupakan hal penting yang di berikan pada pelanggan dalam memenuhi kepuasan konsumen akan suatu keinginan pelayanan yang dibutuhkan oleh pelanggan. Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian Al Rasyid(2017),Erica dan Al Rasyid(2018),Rosalia dan Kusumawati(2018), Pradana dan Sanaji (2018), Dharma (2017), Iskandar dan Wicaksana (2015), Arima dkk (2018) Deccasari (2018), Sembiring dkk (2014), Suseno dan Muthohar (2018) dan Yousuf (2017) yang menyatakan kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun hasil penelitian dari Pangandaheng (2015) menyatakan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas layanan yang baik merupakan hal yang sangat penting agar layanan transportasi *online* menjadi pilihan konsumen dan tetap bertahan dalam pasaran. Kualitas layanan yang ditawarkan akan mempengaruhi kepuasan dan yang dirasakan akan mendorong loyalitas pelanggan. Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian Al Rasyid,(2017), Erica dan Al Rasyid (2018), Dharma (2017), Iskandar dan Wijaksana (2015), Arima dkk (2018), Sembiring dkk (2018), Deccasari (2018), dan Suseno dan Muthohar (2018) yang menyatakan kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas

pelanggan. Namun hasil penelitian dari Basith (2014) menyatakan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Selain kualitas layanan, kepuasan dan loyalitas dipengaruhi juga oleh pemanfaatan teknologi. Menurut Lucas (2000) dalam Rasyid (2018) Teknologi Informasi adalah segala bentuk Teknologi yang diterapkan untuk memproses dan mengirimkan informasi dalam bentuk elektronik. Seiring perkembangan waktu teknologi makin maju dan canggih agar mempermudah para penggunanya dan pada saat pemanfaatan teknologi mulai masuk didunia transportasi, sehingga para pengguna transportasi tersebut lebih mudah dalam mengaksesnya sehingga memberikan kepuasan pelanggan tersendiri. Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian Al Rasyid (2017), Lavenia dkk (2018), Erica dan Al Rasyid (2018) yang menyatakan bahwa pemanfaatan teknologi berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pemanfaatan Teknologi dengan baik pada transportasi online yang memberikan banyak fitur dan layanan akan memberikan loyalitas kepada pelanggan dan pengguna transportasi online tersebut. Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian Al Rasyid (2017) dan Erica dan Al Rasyid (2018) yang menyatakan bahwa pemanfaatan teknologi berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Alat transportasi berbasis teknologi informasi sebagai sarana transportasi umum merupakan salah satu solusi yang tepat, terutama dari keunggulan dan kemudahan mengakses kecepatan mobilisasi. Hal tersebut diyakini sebagai kunci utama untuk memenangkan persaingan, adapun cara dapat diatasi dengan memberikan nilai dan kepuasan kepada konsumen dengan menggunakan kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi

informasi sehingga menimbulkan rasa kepuasan pelanggan dan membuat pelanggan loyal terhadap pelayanan yang diberikan.

Penelitian ini adalah penelitian replikasi dari Al Rasyid (2017) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Pemanfaatan Teknologi Informasi terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan GOJEK” yang mengambil variabel independent kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi karena variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas. Berdasarkan dari ulasan latar belakang masalah dan adanya perbedaan hasil penelitian terdahulu, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan transportasi online di Purwokerto”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, secara terperinci masalah yang akan diteliti adalah kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi pada pengguna transportasi *online* di Banyumas berpengaruh pada kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Dari masalah diatas maka dapat diperoleh rumusan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh secara positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan GOJEK di Purwokerto?

2. Apakah kualitas layanan berpengaruh secara positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan GOJEK di Purwokerto?
3. Apakah pemanfaatan teknologi berpengaruh secara positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan GOJEK di Purwokerto?
4. Apakah pemanfaatan teknologi berpengaruh secara positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan GOJEK di Purwokerto?
5. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh secara positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan GOJEK di Purwokerto?
6. Apakah kepuasan pelanggan memediasi kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan GOJEK di Purwokerto?
7. Apakah kepuasan pelanggan memediasi pemanfaatan teknologi terhadap loyalitas pelanggan GOJEK di Purwokerto?

C. Pembatasan masalah

Penelitian ini dibatasi pada variabel kualitas layanan, pemanfaatan teknologi yang berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan GOJEK di Purwokerto. Dan memiliki usia lebih dari 17 tahun.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang dikatakan pada pengguna Transportasi Online di Purwokerto adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada GOJEK di Purwokerto.

2. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada GOJEK di Purwokerto.
3. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan pemanfaatan teknologi terhadap kepuasan pelanggan GOJEK di Purwokerto.
4. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan pemanfaatan teknologi terhadap loyalitas pelanggan GOJEK di Purwokerto.
5. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan GOJEK di Purwokerto.
6. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan memediasi kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan GOJEK di Purwokerto.
7. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan memediasi pemanfaatan teknologi terhadap loyalitas pelanggan GOJEK di Purwokerto.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang dilakukan pada kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi terhadap kepuasan dan loyalitas penggunaan transportasi *online* yang ada di Banyumas adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi perusahaan GOJEK untuk lebih mempertimbangkan pemilihan driver agar para pelanggan supaya lebih nyaman dengan aplikasi gojek.

Penelitian ini diharapkan menjadi masukan atau tolak ukur perusahaan GOJEK untuk lebih memperhatikan kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.

2. Manfaat Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini diharapkan menjadi tambahan referensi dan dapat membantu bagi penelitian lain dalam penyajian informasi untuk mengadakan penelitian yang serupa khususnya dalam pengetahuan manajemen pemasaran yang berhubungan dengan kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.

3. Manfaat Bagi Peneliti

Sebagai bentuk usaha untuk menerapkan secara langsung atas teori yang diperoleh pada saat kuliah dan dapat dijadikan sebagai media untuk menambah pengetahuan serta wawasan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan manajemen pemasaran.

