

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan zaman saat ini berpengaruh terhadap kehidupan manusia. Sebagai makhluk sosial, manusia memiliki kebutuhan yang harus terpenuhi. Agar mempermudah dalam memenuhi kebutuhan manusia diperlukannya transportasi. Transportasi akan terus berkembang sesuai kebutuhan manusia dan sesuai dengan kemajuan teknologi. Kemajuan teknologi di era globalisasi ini membuat persaingan bisnis yang dihadapi perusahaan-perusahaan saat ini semakin ketat. Kemajuan ini menuntut perusahaan untuk lebih cermat untuk menentukan strategi guna menghadapi persaingan. Perkembangan dalam bidang teknologi dan informasi, transportasi serta komunikasi mengalami peningkatan yang pesat dari waktu ke waktu tidak terkecuali di Indonesia. (Satyakristi dan Khuzaini, 2020).

Transportasi merupakan sarana yang sangat penting dan mendukung aktivitas manusia setiap harinya. Transportasi dapat membantu perekonomian yang baik disuatu daerah bahkan suatu negara. Semakin baik dan tertata transportasinya disuatu daerah maka akan baik pula perekonomiannya. Salah satu transportasi yang berkembang saat ini adalah ojek. Perkembangan transportasi ojek sekarang telah berkembang menjadi transportasi ojek online berbasis aplikasi yang sedang disukai masyarakat. Persaingan yang terjadi membuat perusahaan harus berinovasi untuk menarik pelanggan dengan memberikan kualitas yang unggul. Masyarakat membutuhkan alat transportasi guna mempermudah

perjalanan dari satu tempat ke tempat yang lainnya sehingga alat transportasi memiliki peranan yang sangat penting. Banyak transportasi online berbasis aplikasi yang berkembang saat ini. (Kasum dan Sularto, 2017).

Tabel 1.1

Top Brand Index Jasa Transportasi Online Tahun 2020-2022

No	Merek	2020	2021	2022
1.	Gojek	47,3%	53,0%	54,3 %
2.	Grab Bike	43,5%	39,7%	36,7 %

Sumber : (<https://www.topbrand-award.com> , 2022)

Berdasarkan data *Top Brand Index* (TBI), pada Tahun 2020-2022 merek Gojek dalam kategori jasa transportasi online menduduki posisi pertama. Dari tahun 2020-2022 gojek mengalami kenaikan dan selalu menduduki posisi pertama. Pada tahun 2020 gojek memiliki presentase sebesar 47,3%, pada tahun 2021 memiliki persentase sebesar 53,0%, dan pada tahun 2022 memiliki presentase 54,3%. Sedangkan Grab Bike dari tahun 2020-2022 mengalami penurunan dan selalu menduduki posisi kedua. Pada tahun 2020 Grab Bike memiliki presentase sebesar 43,5%, pada tahun 2021 memiliki persentase sebesar 39,7%, dan pada tahun 2022 memiliki presentase 36,7%. Dari penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa Gojek merupakan pesaing terkuat dari Grab Bike yang menduduki posisi pertama dengan jumlah presentase yang lebih tinggi dari presentase Grab Bike dari tahun 2020-2022.

Salah satu perusahaan penyedia layanan jasa transportasi online adalah PT Grab yang didirikan pada tahun 2012 di Malaysia. Grab telah hadir di 6 negara di seluruh Asia Tenggara antara lain di Indonesia, Malaysia, Filipina, Vietnam,

Singapura serta Thailand. Grab hadir di Indonesia pada pertengahan tahun 2014. Grab merupakan layanan antar jemput atau ojek berbasis online dengan menggunakan aplikasi. Tidak hanya menyediakan layanan transportasi ojek Grab, Grab sendiri juga melayani jasa transportasi penumpang menggunakan motor, mobil, taxi, jasa pengiriman barang dan jasa pesan antar makanan. Salah satu layanan yang disediakan oleh Grab adalah Grab bike. Grab bike merupakan jasa transportasi ojek motor online yang berbasis aplikasi. Dalam kegiatan operasionalnya, Grab bike berhubungan langsung dengan pelanggan maka kepuasan pelanggan haruslah sangat diperhatikan demi menjaga kesan baik bagi pelanggan. (Lazuardi, 2019).

Kota Purwokerto menjadi salah satu pilihan kota yang berpotensi dalam pengembangan bisnis transportasi. Banyak masyarakat yang sudah menggunakan Grab bike dalam aktivitas sehari-harinya. Purwokerto merupakan salah satu kota yang memiliki kegiatan yang tidak lepas dari kegiatan transportasi sehari-hari khususnya angkutan publik atau untuk masyarakat. Berbagai jenis angkutan umum itu antara lain mulai dari angkutan kota (angkot), taksi, ojek, BRT, dan becak. Pada saat ini, salah transportasi umum yang paling menonjol di Purwokerto adalah ojek online Grab bike. Hadirnya Grab bike memberi kemudahan bagi masyarakat Kota Purwokerto yaitu pelajar atau mahasiswa, karyawan, pedagang dan masyarakat luas umumnya untuk mendapatkan transportasi dengan cepat dan selalu bisa datang ketempat yang mereka inginkan tanpa harus pergi ke jalan raya, tempat umum terminal maupun pangkalan. Oleh karena itu, Grab bike perlu memberikan layanan yang baik, menyediakan fasilitas

yang memadai seperti motor yang digunakan *driver* Grab bike layak dan nyaman, kemudian memberikan promo-promo yang menarik seperti *voucher* potongan harga agar masyarakat tertarik untuk menggunakannya sehingga masyarakat merasa puas. (Oktaviani, 2019).

Kepuasan adalah tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk jasa yang diterima dengan yang diharapkan Lupiyoadi (2013). Sedangkan menurut Tjiptono (2015) kepuasan pelanggan merupakan perbandingan antara harapan pelanggan terhadap jasa yang diterima dan harapannya sebelum menggunakan jasa tersebut. Dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang dimiliki seseorang berdasarkan perbandingan antara kenyataan yang diperoleh dengan harapan yang dimiliki oleh pelanggan. Semakin baik pelayanan yang diberikan oleh Grab bike maka tingkat kepuasan pelanggan juga semakin tinggi. Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan diantaranya adalah kualitas pelayanan, fasilitas dan promosi.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing. Pelanggan akan menilai pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dengan membandingkan dari perusahaan satu dengan perusahaan lain yang sejenis, juga dengan membandingkan pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diharapkannya. Menurut Kotler (2000) dalam Santosa (2021) kualitas pelayanan merupakan totalitas dari karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan. Sedangkan menurut Lupiyoadi (2013) kualitas pelayanan adalah

kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan kepada pelanggan sesuai dengan harapan sehingga pelanggan merasa puas. Oleh sebab itu, baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan perusahaan dan stafnya memenuhi harapan pelanggan secara konsisten. Dibandingkan dengan pesaingnya, Grab bike tidak bisa melakukan orderan dua kali pada waktu yang bersamaan. Hal ini mungkin tidak efisien jika ingin berpergian dengan banyak orang, sehingga kita harus menunggu orderan pertama selesai terlebih dahulu baru bisa memesan kembali (Dwiyani, 2022). Penelitian yang dilakukan oleh Andari dan Mulyantomo (2020), Sholeha, dkk (2018), Bustam, dkk (2017), Tndiono dan Raymond (2020), dan Sudaryana (2020) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Namun penelitian Kasinem (2020) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Selain kualitas pelayanan yang baik, penyediaan fasilitas juga turut berperan dalam menjangkau kepuasan pelanggan. Fasilitas merupakan tolak ukur dari semua pelayanan yang diberikan, dengan tingkat fasilitas yang ada akan memudahkan pelanggan dalam beraktivitas serta nyaman untuk menggunakan fasilitas tersebut. Menurut Tjiptono (2014) fasilitas merupakan sumberdaya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Menurut Nakuloadi (2022) fasilitas adalah segala sesuatu yang segala disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai konsumen dengan tujuan memberikan kepuasan pada pelanggan. Menurut Lupiyoadi (2006) dalam Maulida (2020) fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan pada pelanggan.

Semakin baik fasilitas yang diberikan maka kepuasan pelanggan semakin baik. Dibandingkan dengan pesaingnya, kebanyakan fasilitas berupa helm yang diberikan kepada pelanggan dalam keadaan kotor dan berbau kurang sedap, hal ini akan berpengaruh terhadap kenyamanan pelanggan Bapak Rafli (2022). Penelitian yang dilakukan oleh Maryati dan Husda (2022), Dedy dan Alfiandi (2022), Lubis, dkk (2020), Willian dan Purba (2020), Andari dan Mulyantomo (2020), Nur dan Fadili (2021), Kurniawan dan Soliha (2022), menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Namun penelitian Apriliani, dkk (2022) menunjukkan bahwa fasilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Selain kualitas pelayanan dan fasilitas faktor yang ikut berperan penting dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan adalah promosi. Penting bagi suatu perusahaan atau penyedia jasa untuk melakukan kegiatan promosi guna mengenalkan perusahaan ataupun produknya kepada masyarakat. Menurut Lupiyoadi (2013) promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Sedangkan menurut Abubakar (2018) promosi adalah usaha yang dilakukan oleh suatu perusahaan dengan tujuan memberi informasi serta memperkenalkan produk atau jasa kepada konsumen agar konsumen tertarik dengan produk atau jasa yang ditawarkan. Promosi adalah unsur dalam pemasaran yang digunakan oleh perusahaan untuk menginformasikan tentang produk atau jasa perusahaan. Dibandingkan dengan pesaingnya, Grab bike dalam melakukan promosi baik di media sosial, media elektronik, maupun media cetak masih

kurang, hal tersebut menyebabkan para konsumen lebih mengenal aplikasi kompetitor selain Grab bike Bapak Ralf (2022). Penelitian yang dilakukan oleh Rezeki, dkk (2020), Sulaeman dan Krisnawati (2020), Santoso dan Mashyuni (2021), Yanti dan Puja (2021), Putranto, dkk (2021), Kasum dan Sularto (2017), menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun menurut penelitian yang dilakukan Hijriah, dkk (2020) menunjukkan bahwa promosi berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh William dan Purba (2020) dengan variabel kualitas pelayanan dan fasilitas yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Peneliti menambahkan variabel promosi dari penelitian Andari, dkk (2020) dengan variabel kualitas pelayanan, fasilitas, kepercayaan dan promosi. Peneliti menambahkan variabel promosi dalam penelitian ini karena variabel ini memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Variabel promosi ditambahkan karena peneliti berusaha mengidentifikasi faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Berdasarkan deskripsi latar belakang yang sudah dipaparkan dan adanya perbedaan penelitian terdahulu, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Grab Bike (Studi Pada Masyarakat Purwokerto)**”

B. Rumusan Masalah

1. Apakah Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Grab Bike masyarakat Purwokerto?
2. Apakah Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Grab Bike masyarakat Purwokerto?
3. Apakah Fasilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Grab Bike masyarakat Purwokerto?
4. Apakah Promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Grab Bike masyarakat Purwokerto?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Grab Bike masyarakat Purwokerto.
2. Untuk menganalisis Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Grab Bike masyarakat Purwokerto.
3. Untuk menganalisis Fasilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Grab Bike masyarakat Purwokerto.
4. Untuk menganalisis Promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Grab Bike masyarakat Purwokerto.

D. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, peneliti membatasi masalah terkait kualitas pelayanan, fasilitas dan promosi dengan kepuasan pelanggan grab bike masyarakat Purwokerto. Dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan promosi terhadap kepuasan pelanggan grab bike masyarakat Purwokerto. Penelitian ini dilaksanakan dari September 2022 sampai Januari 2023.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada bidang manajemen pemasaran khususnya mengenai variabel kualitas pelayanan, fasilitas, promosi dan kepuasan pelanggan. Serta dapat dijadikan sebagai bahan rujukan bagi penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan pihak perusahaan sebagai masukan untuk meningkatkan kualitas perusahaan terutama yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, fasilitas dan promosi sehingga kepuasan pelanggan terhadap perusahaan dapat maksimal. Serta dapat dijadikan sebagai pertimbangan perusahaan untuk menentukan langkah atau strategi yang akan diambil dimasa yang akan datang.

b. Bagi Masyarakat / Pihak Lain

Penelitian ini dapat memberikan informasi dan pengetahuan kepada masyarakat atau pihak lain mengenai kualitas pelayanan, fasilitas, dan promosi agar diperoleh kepuasan pada masyarakat terhadap Grab bike.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta pengetahuan dibidang pemasaran khususnya mengenai pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan promosi terhadap kepuasan pelanggan.

