

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Teknologi internet saat ini telah berkembang sangat pesat. Teknologi internet memudahkan kita berkomunikasi dan berinteraksi satu sama lain. Internet kini digunakan masyarakat untuk komunikasi, menambah ilmu pengetahuan, hiburan dan lain-lain. Teknologi internet yang mulai banyak diminati yaitu teknologi transportasi. Kehadiran layanan transportasi online berbasis aplikasi yang menggunakan internet memberikan dampak yang cepat dan efektif bagi masyarakat dalam segala aktivitas. Salah satu perusahaan yang sedang berkembang saat ini adalah jasa transportasi dengan menggunakan sepeda motor atau biasa disebut ojek. Jika dulu ojek dikelola secara tradisional dan dimiliki oleh perorangan, kini telah muncul perusahaan ojek baru, sebuah perusahaan komersial yang menyediakan layanan angkutan umum dan dikelola secara profesional (Rifaldi, 2016).

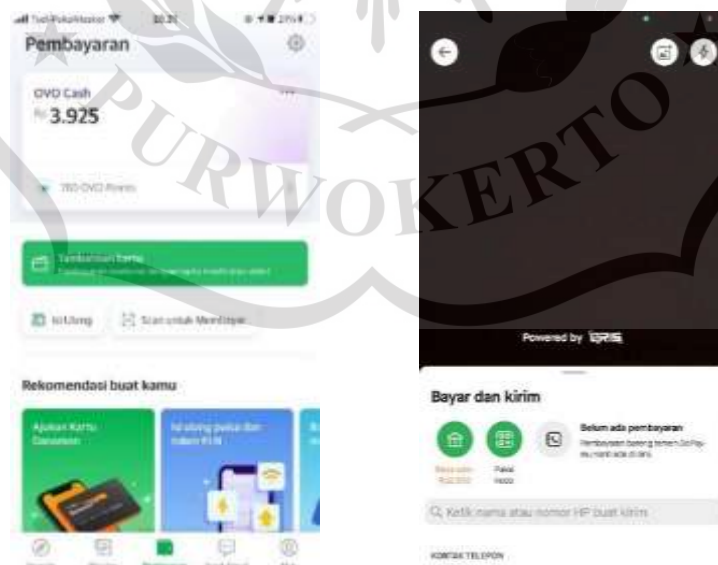
Beberapa perusahaan besar berlomba untuk membuat perusahaan transportasi berbasis aplikasi online, beberapa di antaranya adalah Gojek, Grab maupun Maxim. Bagi sebagian orang transportasi online merupakan solusi atas sistem transportasi yang masih buruk, namun di sisi lain merupakan masalah bagi orang-orang yang menggantungkan hidup dari jasa transportasi yang tidak mengandalkan teknologi (Aziah & Adawia, 2018).

Salah satu jasa transportasi online adalah Gojek, Gojek berdiri pada tahun 2010 dengan layanan pertamanya yaitu pemesanan ojek melalui call-center. Pada Tahun 2015, Gojek berkembang sangat pesat setelah meluncurkan sebuah

aplikasi dengan beberapa layanan, yaitu: GoRide, GoSend, dan GoMart. Pada saat ini Gojek terdapat 20 layanan mulai dari transportasi, pesan antar makanan, belanja, kirim-kirim barang, pembayaran, pijat, hingga bersih-bersih rumah dan kendaraan.

Faktor pertama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kemudahan transaksi. Kemudahan transaksi merupakan anggapan oleh para pengguna teknologi, khususnya dalam bertransaksi secara online yakni suatu hal yang memudahkan, yang mana dalam melaksanakannya tidak perlu mengeluarkan usaha yang cukup keras, misalnya saja ketika konsumen akan mencari suatu produk yang dibutuhkan, lalu mengisi alamat, melakukan pembayaran atas produk yang sudah dibelinya, sedangkan bagi penjual misalnya sebagainya (Handoko, 2010). Berikut adalah gambar fitur pembayaran di setiap aplikasi.

Gambar 1.1 Perbandingan fitur pembayaran Grab (kiri) dan Gojek (kanan).

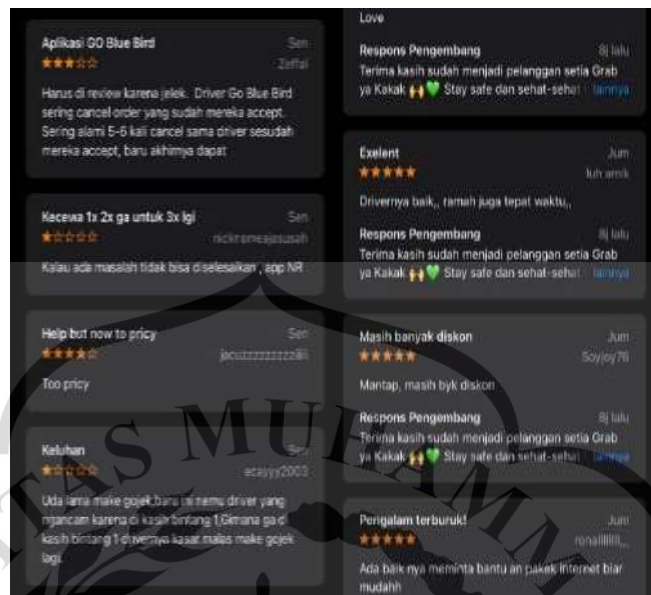


Sumber : Aplikasi Grab dan Gojek

Berdasarkan gambar diatas dapat disimpulkan bahwa fitur kemudahan transaksi gojek masih tertinggal dengan pesaingnya grab. Gojek belum menyediakan pilihan pembayaran menggunakan kartu kredit sedangkan kompetitornya Grab sudah tersedia fitur pembayar menggunakan kartu kredit. Penelitian yang dilakukan oleh Sari & Oswari (2020), Meileny dan Wijaksana (2020), Safrika, dkk (2018), Nasution & Efendy (2021), Sari dan Oswari (2020) menunjukkan variabel kemudahan transaksi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Faktor kedua yang mempengaruhi variabel kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan sangat erat hubungannya dengan kepuasan pelanggan. Kemajuan sebuah perusahaan salah satunya dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam melayani konsumennya. Pelayanan yang perusahaan berikan harus memperhatikan kualitas standar yang diberikan kepada pelanggan bahkan harus melebihi ekspektasi yang diharapkan oleh pelanggan sehingga kepuasan pelanggan dapat diperoleh dengan mudah oleh perusahaan, karena itu dapat membuat para pelanggan bertahan menggunakan jasa perusahaan (Rohaeni & Marwa, 2018).

Gambar 1.2 Ulasan Gojek (kiri) Grab (kanan)



Sumber : <https://apps.apple.com/gojek/>, <https://apps.apple.com/gojek/>

Berdasarkan gambar ulasan diatas dapat disimpulkan Gojek memiliki banyak keluhan terkait kualitas pelayanan dibandingkan dengan pesaingnya Grab kemudian dibandingkan dengan kompetitornya Gojek memiliki sistem yang berbeda dengan Grab dalam mendapatkan driver saat memesan layanan, Gojek akan membatalkan pesanan otomatis apabila driver terlalu lama dalam melakukan pelayanan, itu dapat menjadi hal positif dan negative, berdampak negative karena pengguna gojek akan semakin lama menunggu pesanannya. Penelitian yang dilakukan oleh Yanuar, dkk (2017), Oktarini (2019), Lubis & Andayani (2017), Suyono, dkk (2020), Veronica (2017), Trianah, dkk (2017) menunjukkan variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Kasinem (2020) membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan.

Faktor ketiga yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah promosi. Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan program pemasaran. Betapapun berkualitasnya sebuah produk, bila konsumen belum pernah mendengar dan tidak yakin bahwa produk itu akan berguna bagi konsumen, maka konsumen tidak akan tertarik membeli dan menggunakannya (Tjiptono, 2015). Menurut Azhari & Fachry (2020) Promosi merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Pada hakikatnya promosi adalah suatu upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa pada dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau menggunakannya. Dengan adanya promosi produsen atau distributor mengharapkan kenaikan angka penjualan.

Gambar 1.3 Promo pada aplikasi Gojek (kiri) dan Grab (kanan)



Sumber : Aplikasi Gojek & Grab

Dibandingkan dengan pesaingnya promo harga yang diberikan Gojek pada saat ini sangatlah sedikit, hal tersebut menyebabkan para konsumen beralih menggunakan aplikasi kompetitor selain Gojek. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Wakhid (2020), Yuliyanto (2020) Dewa (2018), Yanuar, dkk

(2017), Suyono, dkk (2020) menunjukkan variabel promosi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Jessica (2014) membuktikan bahwa promosi berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan.

Berikut merupakan data yang menggambarkan tentang index jasa transportasi online yang ada di Indonesia, sebagaimana yang digambarkan pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1 *Top Brand Index* Jasa Transportasi *Online* 2018-2021

No	Nama Brand	TBI 2018	TBI 2019	TBI 2020	TBI 2021
1.	Gojek	48.0%	44.6%	47.3%	53%
2.	Grab	44.9%	43.1%	43.5%	39.7

Sumber: (www.topbrand-award.com, 2021)

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa dalam empat tahun terakhir *brand* Gojek lebih besar dari pada aplikasi saingannya yaitu Grab itu artinya aplikasi Gojek lebih diminati oleh masyarakat pada saat ini, itu sebanding dengan kehadiran Gojek terlebih dahulu di Indonesia.

Berdasarkan data diatas juga dapat ditarik kesimpulan bahwa mempertahankan data tersebut dibutuhkan variabel yang memperkuat data tersebut seperti variabel kemudahan transaksi, promosi dan kualitas pelayanan.

Penelitian yang akan dilakukan ini merupakan penelitian pengembangan dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dewa (2018) Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan Jasa terhadap kepuasan pelanggan dengan mengambil variabel dependen penelitian tersebut yaitu dalam hal kepuasan pelanggan dengan hasil berpengaruh positif dan signifikan, kemudian perbedaan penelitian

ini dengan terdahulunya yaitu dalam hal variabel independen dimana peneliti menambahkan satu variabel yaitu kemudahan transaksi, variabel kemudahan transaksi merupakan pengembangan dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ishaya, dkk (2020) Analisis persepsi kemudahan transaksi dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan kereta moda raya terpadu (mrt) Jakarta dengan hasil berpengaruh positif dan signifikan. Alasan peneliti menggunakan variabel ini adalah untuk mencari sejauh mana variabel tersebut dalam kepuasan pelanggan.

Berdasarkan ulasan diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul “Pengaruh kemudahan transaksi, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada pengguna Gojek di Purwokerto).

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka dapat diuraikan rumusan masalah sebagai berikut.

1. Apakah secara simultan kemudahan transaksi, kualitas pelayanan, dan promosi, berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna Gojek di Purwokerto?
2. Apakah secara parsial kemudahan transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Gojek?
3. Apakah secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Gojek Online?

4. Apakah secara parsial promosi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Gojek Online?

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan masalah yang ada, maka peneliti akan membatasi masalah sebagai berikut.

1. Penelitian dilakukan pada pengguna Gojek di Purwokerto.
2. Variabel yang diteliti adalah kemudahan transaksi, kualitas pelayanan, dan promosi sebagai variabel independen. Kemudian untuk variabel dependen adalah kepuasan pelanggan.
3. Penelitian ini dilakukan pada bulan September sampai dengan Januari, tahun 2023.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah, maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis secara simultan pengaruh kemudahan transaksi, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna Gojek di Purwokerto?
2. Untuk menganalisis secara parsial pengaruh kemudahan transaksi positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Gojek
3. Untuk menganalisis secara parsial pengaruh kualitas pelayanan positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Gojek
4. Untuk menganalisis secara parsial pengaruh promosi positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Gojek

E. Manfaat Penelitian

Tujuan lain penelitian ini adalah untuk memberikan manfaat:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan serta wawasan mengenai pengaruh kemudahan transaksi, kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Gojek. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan penelitian bagi siapa saja yang ingin meneliti lebih lanjut pengaruh kemudahan transaksi, kualitas pelayanan dan promosi secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Gojek

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan Gojek

Hasil penelitian ini menjadi dasar yang objektif dalam pertimbangan untuk menentukan suatu pengambilan keputusan serta sebagai pedoman untuk menentukan langkah-langkah yang akan dilakukan oleh perusahaan di masa yang akan datang serta merancang strategi. Hasil penelitian ini juga diharapkan menjadi wawasan dan pengetahuan tentang kemudahan transaksi, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan dapat digunakan sebagai referensi.

b. Bagi Konsumen

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi menambah wawasan, pengetahuan, dan tambahan informasi untuk konsumen mengenai kemudahan transaksi, kualitas pelayanan dan promosi aplikasi Gojek.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan pengalaman serta memperdalam pengetahuan peneliti pada bidang pemasaran pada jasa transportasi *online* Gojek di Purwokerto. Selain itu implementasi atas teori yang telah didapat pada perkuliahan menambah wawasan akan kasus nyata dalam dunia bisnis khususnya manajemen pemasaran. Penelitian ini bermanfaat untuk peneliti sebagai syarat tugas akhir untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.