

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi saat ini, telah menuntut peradaban manusia ke dalam fase atau era digital. Di era digital saat ini tren mengenai pemasaran semakin berkembang dimana praktik pemasaran telah memasuki lingkup internet. Perkembangan dibidang teknologi dan informasi saat ini turut berperan dalam perkembangan transportasi. Saat ini masyarakat semakin sering untuk memanfaatkan teknologi didalam kehidupan sehari-harinya. Dengan adanya sistem transportasi berbasis online membuat pola kegiatan transportasi masyarakat menjadi berubah. Masyarakat modern memanfaatkan gadget mereka untuk membantu kegiatan perjalanan yang mereka lakukan. Oktarini (2019)

Fenomena memunculkan transportasi berbasis online mulai dari taxi online, ojek online dan bahkan pemesanan makanan melalui aplikasi *online*. Bisnis jasa transportasi dengan sepeda motor atau yang dulu biasa disebut ojek, ataupun transportasi roda empat atau yang dulu biasa disebut taxi. Jika dahulu dikelola secara konvensional dan kepemilikan tunggal, sekarang muncul bisnis baru taxi motor atau mobil yaitu usaha komersial yang menyediakan jasa transportasi bagi umum dan dikelola secara profesional. Rifaldi (2016).

Kehadiran jasa transportasi berbasis aplikasi online yang menggunakan internet sangat berpengaruh bagi masyarakat dalam segala aktifitas secara cepat dan efisien. Transportasi memudahkan masyarakat dalam berpindah-pindah dari satu tempat ketempat lainnya. Faktor lain yang mendukung pentingnya

kebutuhan akan transportasi adalah kebutuhan kenyamanan, keamanan, dan kelancaran pengangkutan.

Salah satu perusahaan yang berkembang saat ini dengan menggunakan sistem aplikasi online adalah Grab. Grab adalah Perusahaan teknologi asal Malaysia yang di dalam aplikasinya memberikan layanan transportasi. Perusahaan Grab hanya perusahaan teknologi yang merancang aplikasi saja sedangkan untuk unit kendaraan sendiri merupakan unit kendaraan milik mitra atau anggota yang telah mendaftarkan diri sebagai *driver* di PT Grab Indonesia.

Saat ini Grab telah menyebar di beberapa kota di Indonesia. Kehadiran Grab memang sangat membantu masyarakat dalam mengurangi angka pengangguran tentu saja selain membantu di bidang transportasi. Perusahaan Grab yang menyediakan transportasi berbasis online ini memberikan pelayanan utama yaitu Grab *Bike*, Grab *Car*, Grab *Express*, Grab *food*, dan lain-lain.

Grab di Purwokerto juga mengalami pertumbuhan yang signifikan, Grab di Purwokerto mulai beroperasi pada tahun 2017. Layanan Grab yang tersedia meliputi Grab *Car*, Grab *Bike*, Grab *Food* dan lain-lain. Layanan ini merupakan layanan ojek *online* yang berasal dari negara Malaysia, di aplikasi terdapat layanan ojek *online*, kurir *online* dan layanan antar makananpun sekarang sudah tersedia, sehingga masyarakat lebih mudah dalam melakukan segala aktivitas. Tarif yang disediakan Grab tidak menunjukkan rincian tarif perkilometer atau *payment* dari layanan, tarif akan muncul ketika setelah pelanggan memasukan lokasi penjemputan dan lokasi tujuan.

Harga, promosi dan kualitas pelayanan adalah bagian dari rancangan bauran pemasaran memang memiliki peran penting sehingga mampu memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Faktor pertama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah harga. Harga merupakan sejumlah uang yang dibayarkan oleh konsumen atau pelanggan atas penggunaan suatu jasa atau pembelian suatu produk yang ditukarkan sehingga konsumen atau pelanggan dapat memperoleh unsur manfaat dari memakai atau memiliki suatu jasa atau produk. Keller & Kotler (2015).

Faktor pertama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah harga. Harga mempunyai peranan yang sangat penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan sehingga pelanggan tidak beralih ke layanan transportasi yang lain. Penentuan harga (*pricing*) memainkan peranan penting dalam bauran pemasaran, karena penentuan harga berdampak langsung terhadap pendapatan yang diterima oleh perusahaan. Keputusan penentuan harga juga sedemikian penting dalam menentukan seberapa jauh sebuah layanan/jasa dinilai oleh konsumen dan juga dalam proses membangun citra. Lupiyoadi (2013)

Masalah yang sering muncul terhadap harga yang ditawarkan Grab sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan, tarif yang ditawarkan perusahaan Grab sering berubah-ubah tidak menentu, sementara peningkatan pelayanan masih belum optimal. Dibandingkan dengan pesaingnya harga yang ditawarkan kompetitornya seperti InDriver atau Maxim lebih terjangkau dibandingkan harga yang ditawarkan Grab. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Oktarini (2019), menunjukkan variabel harga berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Asti (2020), Solikha (2020), Rianto (2022) & Putra (2022) membuktikan bahwa harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Faktor kedua yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah promosi. Promosi merupakan suatu arus persuasi atau informasi satu arah yang dirancang dengan tujuan sebagai pengaruh bagi suatu kelompok atau individu untuk menimbulkan tindakan sehingga terjadi pelaksanaan pertukaran dalam lingkup pemasaran. Irawan (2016). Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan program pemasaran. Menginformasikan berkualitasnya sebuah produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya atau tidak yakin bahwa produk itu akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan tertarik membelinya. Tjiptono (2015).

Dibandingkan dengan pesaingnya, promosi yang dilakukan oleh perusahaan Grab masih minim, sehingga kurangnya pengetahuan informasi yang didapat oleh konsumen atas perusahaan Grab. Untuk promo seperti potongan harga yang ditawarkan Grab tidak menentu, sehingga hal tersebut menyebabkan para konsumen beralih menggunakan aplikasi kompetitor selain Grab. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Suyono (2020), Salsyabila, dkk (2021) & Riadi (2021), menunjukkan variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Jessica (2018) membuktikan bahwa promosi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Faktor ketiga yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan tolak ukur seberapa baik layanan yang ditunjukkan mampu sesuai dengan keinginan atau kebutuhan konsumen. Tjiptono (2014). Menurut Lupiyoadi (2013) kualitas pelayanan didefinisikan seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. Jika kenyataannya sama atau lebih dari apa yang diharapkan maka pelayanan dapat dikatakan berkualitas atau memuaskan. Namun sebaliknya jika kenyataannya kurang dari yang di harapkan maka pelayanan dapat dikatakan tidak berkualitas atau tidak memuaskan.

Masalah yang sering muncul terhadap kualitas pelayanan Grab adalah masih ditemukannya pengemudi mengendarai kendaraan dengan kecepatan yang tinggi. Masalah lain yaitu kondisi kendaraan dan fasilitas seperti helm untuk pelanggan seringkali tidak terawat dan kotor, selain itu estimasi kedatangan driver tidak sesuai dengan aplikasi. Kurangbaiknya pelayanan yang diberikan maka itu akan membuat pelanggan tidak puas dan meyakinkan orang lain untuk pergi ke penyedia jasa lain. Penelitian yang dilakukan oleh Sunarsi (2020), Mediti (2020), Widya (2022) & Agussalim (2018) 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.

Penelitian yang akan dilakukan ini merupakan penelitian pengembangan dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Oktarini, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Aplikasi Gojek di Kota Tangerang, 2019) dengan mengambil variabel dependen penelitian tersebut yaitu dalam hal Kepuasan Pelanggan, kemudian perbedaan penelitian ini dengan terdahulunya yaitu dalam hal variabel independen dimana peneliti menambahkan satu variabel yaitu promosi. Alasan peneliti menggunakan variabel ini adalah untuk mencari tahu sejauh mana variabel tersebut dalam kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian tersebut, diketahui bahwa harga, promosi dan kualitas pelayanan mempunyai peranan yang sangat penting bagi perusahaan jasa transportasi Grab. Harga yang tidak terjangkau, promosi yang kurang dan kualitas pelayanan yang tidak sesuai harapan akan membuat perusahaan tidak mampu bersaing di pasar dan begitupula sebaliknya. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Grab di Purwokerto”**

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di jabarkan tersebut, maka dapat ditarik beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah harga, promosi dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Grab di Purwokerto?

2. Apakah secara parsial harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Grab?
3. Apakah secara parsial promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Grab?
4. Apakah secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Grab?

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan dengan melihat masalah yang ada, maka peneliti membatasi masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan pada pengguna Grab di Purwokerto.
2. Penelitian ini dibatasi pada tiga variabel independen yang terdiri dari variabel harga, promosi dan kualitas pelayanan dengan variabel dependent yaitu kepuasan pelanggan.
3. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 12 Desember 2022-30 Juli 2023

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah, tujuan yang ingin di capai oleh peneliti dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis secara simultan pengaruh harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna jasa transportasi Grab di Purwokerto.
2. Untuk menganalisis secara parsial harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Grab.

3. Untuk menganalisis secara parsial promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Grab.
4. Untuk menganalisis secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Grab.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat lain di buat nya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

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

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi bagi perusahaan untuk menentukan keputusan dan menyusun strategi pemasaran yang berkaitan dengan pengaruh harga, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Grab dan bagi masyarakat, penelitian ini dapat dijadikan wawasan informasi terhadap jasa yang akan digunakan.