

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Di era modern, teknologi informasi dan transportasi berkembang dengan cepat sehingga dapat mempermudah aktivitas manusia. Perkembangan teknologi informasi ditandai dengan kemunculan jaringan internet dan berbagai macam alat komunikasi seperti *handphone* dan telepon. Orang dengan cepat dan mudah memperoleh berbagai informasi melalui internet dan alat komunikasi. Begitu pula dengan kemajuan transportasi, zaman dulu masyarakat memakai sarana transportasi berupa sepeda, dokar, dan bahkan masyarakat yang belum memiliki sarana transportasi bepergian dengan berjalan kaki. Namun sekarang, masyarakat dimudahkan dengan kemajuan teknologi dibidang transportasi yaitu dengan adanya transportasi yang menggunakan mesin seperti sepeda motor, mobil, pesawat, bus, kereta api dan sebagainya. Sehingga perjalanan jarak jauh yang dulunya ditempuh dengan waktu yang cukup lama, sekarang dapat ditempuh dengan waktu yang relatif singkat.

Seiring berjalannya waktu, transportasi kemudian dijadikan salah satu bisnis dalam sektor jasa. Dengan meningkatnya kebutuhan akan moda transportasi yang cepat dan mudah maka munculah bisnis jasa layanan transportasi *online* yang menggunakan aplikasi. Kemudahan dalam pemesanan, efisiensi waktu dan biaya menjadi kelebihan tersendiri bagi penyedia layanan jasa transportasi *online* dibandingkan dengan transportasi konvensional. Pada awal kemunculan transportasi *online* tersebut menuai pro dan kontra karena transportasi konvensional kalah bersaing dengan transportasi *online*. Saat ini sudah banyak bermunculan penyedia jasa layanan transportasi *online* seperti *Go-Jek*, *GrabBike*, *Uber*, *Blue-Jek*. Penyedia jasa layanan transportasi *online* tersebut memiliki metode pemesanan yang sama melalui aplikasi *online* di *smartphone* akan tetapi harga yang ditawarkan oleh masing-masing penyedia jasa layanan tersebut berbeda. Berikut ini merupakan tabel perbandingan tarif ojek *online* tahun 2017:

**Tabel I.1**  
**Perbandingan Tarif Go-Jek Grab-Bike dan Uber Tahun 2017**

<b>Karakteristik</b>	<b>Go-Jek (Go-Ride)</b>	<b>Grabbike</b>	<b>Uber Motor</b>
Jam Sibuk (rush hour)	06.00 – 09.00 (Pagi) 16.00 – 19.00 (Sore)	06.00 – 09.00 (Pagi) 16.00 – 19.00 (Sore)	06.00 – 09.00 (Pagi) 16.00 – 19.00 (Sore)
Tarif	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tarif Rp 2.500 per km (jarak antara 0-12 km)</li> <li>• Jika di atas 12 km berubah menjadi sebesar Rp 3.000 per km.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tarif yang ada pada Grabbike cenderung mengalami kenaikan sebesar 10%</li> <li>• Semenjak 21 Agustus 2017 menjadi: sebesar Rp 1.750 per km untuk 12 km.</li> <li>• Tarif di atas 12 km dikenai tambahan sebesar Rp 3.000 per km.</li> <li>• Tarif tambahan pada jam sibuk sebesar Rp 2.500</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tarif dasar perjalanan sebesar Rp 1.000.</li> <li>• Tarif per menit sebesar Rp 100.</li> <li>• Tarif per km di atas 12 km pertama sebesar Rp 1.250 per km.</li> <li>• Tarif per km di atas 12 km sebesar Rp 2.000 per km.</li> <li>• Tarif pembatalan sebesar Rp 5.000</li> </ul>
Tarif minimum	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Untuk jam sibuk tarifnya sebesar : Rp 10.000 per km</li> <li>• Sedangkan untuk jam tidak sibuk: dikenakan tarif sebesar Rp 6.000 per km</li> </ul>		

Banyaknya penyedia jasa transportasi *online* menyebabkan semakin ketatnya persaingan. Persaingan dalam penentuan tarif atau harga maupun persaingan dalam memberikan kualitas layanan yang baik kepada pelanggan. (Kotler and Keller, 2009) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen.

Adapun Selain kualitas pelayanan, ada beberapa konsumen yang juga mempertimbangkan soal harga dalam memilih transportasi *online*. Perbandingan antara tarif jasa transportasi *online* dan tarif jasa transportasi konvensional sangat jauh berbeda. Tarif jasa transportasi *online* dinilai lebih terjangkau dibandingkan dengan transportasi konvensional. Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu Oentoro dalam Sudaryono (2016:216).

Menurut (Sunyoto, 2013) kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena ia membandingkan kinerja produk yang dipersepsikan (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja produk gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja produk sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang. Menurut survei yang dilakukan oleh YLKI (Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia) dalam berita detikNews, Jumat (12/5/2017) melakukan survei kepuasan masyarakat terhadap pelayanan transportasi *online*, hasilnya sekitar 41% konsumen mengaku pernah dikecewakan, sebaliknya 59% responden tidak pernah dikecewakan oleh transportasi *online*. Survei ini dilakukan pada 05-16 April 2017, dengan melibatkan 4.668 responden. YLKI menyarankan pembuatan standar pelayanan yang bertujuan agar transportasi *online* bisa memuaskan pelanggan. Dengan begitu, bisa diketahui apakah konsumen terpuaskan atau tidak.

Perusahaan penyedia jasa transportasi *online* yang saat ini sedang meningkat pesat yaitu PT *Go-Jek* Indonesia yang tampak dalam tabel I.2.

**Tabel I.2**  
**Top Brand Index 2016 Fase 2**

<b>Merek</b>	<b>TBI</b>	<b>TOP</b>
<i>Go-Jek</i>	80,0%	<i>TOP</i>
<i>Grab</i>	14,7%	<i>TOP</i>
<i>Uber</i>	1,7%	
<i>Blu-Jek</i>	0,7%	

Sumber: <http://www.topbrand-award.com>

Berdasarkan data *Top Brand Award* 2016 pada fase 2 di atas dapat dilihat bahwa *Go-Jek* berhasil menduduki peringkat pertama yaitu sebesar 80,0%, disusul dengan *Grab* pada peringkat kedua dengan 14,7% dan peringkat ketiga dan keempat ada *Uber* dan *Blue Jek* dengan 1,7% dan 0,7%.

*Go-Jek* didirikan oleh Nadiem Makarim. Bermula di tahun 2010 sebagai perusahaan transportasi roda dua melalui panggilan telepon. *Go-Jek* kini telah tumbuh menjadi perusahaan penyedia layanan transportasi dan gaya hidup berbasis aplikasi ([go-jek.com](http://go-jek.com)). Aplikasinya telah diunduh sebanyak 10 juta kali oleh pengguna *Google Play Store* pada sistem *android*. Saat ini jumlah *driver Go-Jek* mencapai lebih dari 300.000 *driver* ([go-jek.com](http://go-jek.com)). *Driver Go-Jek* ini mendapatkan *helm* dan jaket. Terkadang para *driver Go-Jek* bisa mendapatkan 10 sampai 20 pelanggan setiap harinya. Untuk keuntungan, terdapat pembagian yaitu sebesar 80% untuk *driver* dan 20% untuk perusahaan. Layanan *Go-Jek* kini tersedia di 50 kota di Indonesia.

Alasan masyarakat menggunakan transportasi *online* atau *Go-Jek* karena lebih efisien dari segi waktu serta dapat membayar secara non-tunai melalui layanan *Go-Pay* pada aplikasi *Go-Jek*. Jika membayar menggunakan *Go-Pay* maka pelanggan akan mendapatkan diskon atau potongan harga. Selain itu, armada *Go-Jek* juga banyak, aman dan praktis karena konsumen cukup *download* aplikasinya di *Google Play Store* dan *iOS*. Cara menggunakan aplikasinya yaitu dengan:

1. Membuka aplikasi *Google Play Store* atau *App Store* pada *handphone*.
2. Mencari aplikasi *Go-Jek* kemudian menginstal aplikasi tersebut.
3. Setelah aplikasi sudah terinstal di *handphone*, selanjutnya melakukan pendaftaran akun terlebih dahulu dengan cara menekan tombol *Sign Up* pada aplikasi.
4. Masukkan semua data yang diminta dengan benar.
5. *Go-Jek* akan mengirimkan kode verifikasi atau kode OTP ke nomor yang telah di daftarkan.
6. Masukkan kode tersebut pada aplikasi *Go-Jek*.
7. Memilih layanan yang hendak digunakan.

Beberapa layanan yang ditawarkan oleh *Go-Jek* yaitu:

1. *Go-Ride* mengantarkan pelanggan dari tempat penjemputan ke tempat tujuan.
2. *Go-Car* merupakan layanan pemesanan transportasi jenis kendaraan mobil.
3. *Go-Bluebird* merupakan layanan kendaraan khusus untuk memesan taksi *Blue Bird*.
4. *Go-Food* merupakan layanan pesan antar makanan.
5. *Go-Mart* merupakan layanan belanja instan untuk membeli barang dari berbagai macam pilihan toko yang tersedia di aplikasi.
6. *Go-Shop* merupakan layanan untuk membelikan barang atau makanan ke resto yang belum terdaftar dan bekerjasama dengan *Go-Jek*.
7. *Go-Mall* merupakan fitur yang memungkinkan pelanggan mencari berbagai produk, mulai dari kebutuhan pokok, gadget, hingga fashion yang disediakan oleh JD.id dan Blibli
8. *Go-Send* merupakan layanan pengiriman barang.
9. *Go-Box* merupakan layanan pindah barang dalam ukuran besar.
10. *Go-Tix* merupakan layanan membeli tiket bioskop dan berbagai *event* lainnya.
11. *Go-Play* merupakan layanan *streaming* dan *download* film/serial dari *Go-Jek*.
12. *Go-News* merupakan fitur yang menyajikan sejumlah berita terkini seputar peristiwa yang terjadi di Indonesia dan dunia.
13. *Go-Games*
14. *Go-Med* merupakan layanan untuk pelanggan yang ingin membeli obat-obatan,

vitamin dan kebutuhan kesehatan lainnya di apotek.

15. *Go-Massage* Merupakan layanan jasa pijat kesehatan.
16. *Go Clean* merupakan layanan jasa kebersihan profesional.
17. *Go-Fitness* merupakan layanan untuk mengakses kelas olahraga sesuai *budget*.
18. *Go-Auto* merupakan layanan jasa otomotif.
19. *Go-Glam* merupakan layanan jasa perawatan kecantikan.
20. *Go-Pay* merupakan layanan dompet virtual untuk transaksi di dalam aplikasi *Go-Jek*.
21. *Go-Pulsa* merupakan layanan untuk isi pulsa dan internet.
22. *Go-Points* merupakan program *loyalty* dari *Go-Jek* khusus untuk pengguna aktif *Go-Pay*.
23. *Go-Bills* merupakan layanan terbaru dari *Go-Jek* yaitu untuk membayar listrik, beli token listrik hingga pembayaran BPJS Kesehatan
24. *Go-Give* merupakan fitur dimana pengguna dimudahkan dalam melakukan donasi, zakat, infaq dan sedekah
25. *Go-Nearby* merupakan sebuah layanan direktori yang menghubungkan pengguna dengan merchant go-food yang menerima pembayaran via go-pay, diurutkan berdasarkan kedekatan lokasi. (gojek.com)

Penelitian ini hanya mengkhususkan pada layanan *Go-Ride* dan *Go Food* pada mahasiswa di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Dilansir dari berita katada.co.id Kamis (22/3/2018), menurut Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia (LD FEB UI) yang mengadakan riset bekerjasama dengan *Go-Jek*, Survei menunjukkan bahwa *Go-Ride* menjadi layanan yang paling banyak diminati oleh konsumen *Go-Jek* Indonesia. Sebesar 85,20% konsumen menyebutkan layanan *Go-Ride* menjadi moda transportasi pilihan mereka. LD FEB UI mengadakan riset pada Oktober-Desember 2017 terhadap 3.465 konsumen yang berada di Denpasar, Balikpapan, Bandung, Jabodetabek, Yogyakarta, Makassar, Medan, Palembang dan Surabaya. Selain *Go-Ride*, *Go-Food* menjadi layanan kedua yang banyak digunakan konsumen *Go-Jek*. Berdasarkan riset LD FEB UI, sebanyak 74,2% konsumen menyatakan menggunakan *Go-Food* untuk konsumsi pribadi. Adapun 53,8% konsumen

menyatakan *Go-Food* digunakan untuk konsumsi keluarga. Dilansir dari berita inet.detik.com Selasa (12/11/2017), dari survei yang dilakukan oleh *Go-Jek*, 60% pengguna layanan *online* antar makanan *Go-Food* ternyata adalah anak-anak muda, di mana 35% di antaranya berada di rentang usia 18-25 tahun dan 25% berusia 26-35 tahun.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan *Go-Jek*** (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Pengguna Layanan *Go-Ride* dan *Go-Food* di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah yang ingin digunakan adalah:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *Go-Jek*?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *Go-Jek*?
3. Apakah harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap kepuasan pelanggan *Go-Jek* ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan Penelitian yaitu:

1. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *Go-Jek*.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *Go-Jek*.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *Go-Jek*.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi:

1. Bagi Penulis

Diharapkan dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan penulis, bahkan mencoba mengetahui tentang sejauh mana penulis memahami segala sesuatu yang sudah dipelajari di perkuliahan.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi serta menjadi bahan pertimbangan, masukkan dalam pengambilan keputusan untuk meningkatkan, mempertahankan kepuasan pelanggan dan profit perusahaan.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk pengembangan ilmu manajemen pemasaran, dan dapat dijadikan sebagai referensi, terutama yang membahas tentang pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

### 1.5 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, penulis mempersempit ruang lingkup masalah yang menjadi bahan dalam penelitian. Adapun batasan masalahnya yaitu:

1. Jasa transportasi *online* dalam penelitian ini adalah *Go-Jek* khususnya pada layanan *Go-Ride* dan *Go-Food*.
2. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa yang pernah menggunakan jasa *Go-Jek* yaitu pada layanan *Go-Ride* dan *Go-Food* di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

### 1.6 Sistematika Penulisan

Hasil penelitian ini dilaporkan dalam bentuk skripsi dengan sistematika penulisan, sebagai berikut :

#### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Pada Bab ini memuat Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Batasan Masalah, dan Sistematika Penulisan.

#### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada Bab ini akan dijelaskan landasan teori yang akan mendukung penelitian tentang Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.



Akan ada landasan teori yang melandasi penelitian, lalu penelitian terdahulu, kemudian kerangka pemikiran serta hipotesis.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini berisikan penjelasan mengenai metode penelitian yang digunakan dalam penelitian, yang terdiri dari desain penelitian, tahapan penelitian, jenis data yang akan di ambil, cara pengambilan sampel, metode analisis data, dan teknik pengolahan data yang digunakan.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini menjelaskan tentang profil atau gambaran objek penelitian, pengujian dan hasil analisis data, pembahasan hasil analisis, dan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang telah disebutkan pada pokok permasalahan.

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, saran, serta implikasi manajerial yang berkaitan dengan analisa dan optimalisasi sistem berdasarkan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya.

