

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Riset tentang kepuasan pelanggan menarik untuk diteliti karena pada sejumlah penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang beragam. (Fachmy *et al.*, 2019; Rivai *et al.*, 2019; Agussalim dan Jan, 2018; Cahya dan Shihab, 2018; Sintya *et al.*, 2018; Tangguh *et al.*, 2018; Balachandran dan Hamzah, 2017; Mar'ati dan Sudarwanto, 2016; Abd-El-Salam, *et al.*, 2013; Sugianto dan Sugiharto, 2013). Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa harga, citra merek dan kualitas layanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil analisis dari Fachmy *et al.*, (2019) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, nilai manfaat juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berbeda dengan riset yang dilakukan oleh Rivai, *et al.*, (2019) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, citra merek juga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, sedangkan harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Demikian juga penelitian yang dilakukan oleh Agussalim dan Jan, (2018) yang menyatakan bahwa variabel harga dan kualitas layanan secara bersama-sama memberikan pengaruh yang positif terhadap kepuasan

konsumen. Variabel harga memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan variabel kualitas layanan memberikan pengaruh yang positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Cahya dan Shihab, (2018). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, variabel layanan purna jual, memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan variabel persepsi harga, kualitas produk, citra merek, layanan purna jual dan keputusan pembelian memiliki pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh Sintya, *et al*, (2018) hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa harga dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan, dan kualitas layanan juga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Tangguh *et al*, (2018) Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel citra merek secara parsial memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan kualitas layanan secara parsial memiliki

pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan harga secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dari beberapa penelitian tentang kepuasan pelanggan seperti yang dilakukan oleh Balachandran dan Hamzah (2017) menunjukkan bahwa kualitas layanan yang terdiri dari wujud fisik, keandalan, harga, promosi dan penebusan serta kenyamanan mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi *online*.

Hasil penelitian kuantitatif yang dilakukan oleh Mar'ati dan Sudarwanto (2016) menyatakan bahwa variabel kualitas layanan mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan, variabel harga mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan dan variabel kualitas layanan dan harga mempunyai pengaruh yang signifikan dan bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil analisis dari Abd-El-Salam, *et al.*, (2016) menyatakan bahwa kualitas layanan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, citra merek juga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini menyatakan bahwa kualitas layanan yang dirasakan oleh pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Demikian juga penelitian yang dilakukan oleh Sugianto dan Sugiharto, (2013) Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *service quality* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, *food quality* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dan *price* juga

berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan faktor yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan adalah *service quality*.

Riset-riset empiris terkait dengan kualitas pelayanan yang dihubungkan dengan aspek perilaku konsumen (khususnya pengaruh terhadap kepuasan konsumen) telah banyak dilakukan oleh akademisi dan praktisi. Penelitian ini menindaklanjuti dari penelitian yang dilakukan oleh Sintya, *et al*, (2018) dan Tangguh, *et al*, (2018). Penelitian dari Sintya, *et al*, (2018) menghasilkan sebuah kesimpulan bahwa kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian dari Tangguh, *et al*, (2018) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Go-Jek merupakan perusahaan transportasi *online* pertama yang beroperasi yaitu pada tahun 2010. Persaingan bisnis yang semakin ketat memungkinkan setiap perusahaan untuk masuk ke suatu industri tertentu, termasuk bisnis transportasi *online*. Dengan bertambahnya pilihan transportasi *online*, konsumen akan memilih perusahaan tertentu yang menarik menurut mereka. Oleh karena itu, setiap perusahaan dirasa perlu menerapkan beberapa strategi untuk mengantisipasi kemunculan pesaing baru serta mempertahankan pasar mereka (Tangguh *et al*, 2018).

Penelitian ini membahas tentang bagaimana pengaruh harga, citra merek dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini menarik

untuk diteliti karena mengacu pada penelitian yang telah dilakukan sebelumnya memberikan hasil yang beragam, sehingga perlu dilakukan penelitian hal tersebut. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut penulis tertarik untuk menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan sebagai bahan skripsi dengan judul **“Analisis Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini ialah:

1. Apakah Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Gojek?
2. Apakah Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Gojek?
3. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Gojek?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Gojek.
2. Untuk mengetahui apakah citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Gojek.

3. Untuk mengetahui apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Gojek.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka dapat disimpulkan manfaat penelitian adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menambah keragaman ilmu dan meningkatkan kompetensi di bidang manajemen pemasaran, khususnya untuk harga, citra merek, kualitas layanan dan kepuasan pelanggan baik untuk saat ini ataupun di masa depan.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pedoman dalam penyusunan dan penerapan strategi untuk keberlangsungan hidup perusahaan jasa transportasi *online* khususnya gojek.

3. Manfaat Empiris

Penelitian empiris merupakan penelitian yang berdasarkan dari kejadian nyata yang pernah dialami, manfaat dari penelitian ini ialah:

- a. Membantu manusia untuk meningkatkan kemampuannya dalam menginterpretasikan sebuah fenomena yang terjadi di dalam masyarakat dan sekitarnya yang bersifat kompleks dan saling berkaitan.

- b. Dapat digunakan untuk mengembangkan penelitian-penelitian terdahulu.
- c. Dapat digunakan sebagai media untuk mengembangkan ilmu pengetahuan. Melalui penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditemukan sesuatu yang baru ataupun penyempurnaan pengetahuan yang ada sebelumnya.

### **E. Sistematika Penulisan**

Secara umum penulisan tersusun dalam lima bab, dengan sistematika sebagai berikut:

#### **BAB I      PENDAHULUAN**

Pendahuluan berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

#### **BAB II     TINJAUAN PUSTAKA**

Tinjauan pustaka berisi uraian mengenai tinjauan teori yang melandasi penelitian, kerangka pemikiran, penelitian terdahulu, dan hipotesis.

#### **BAB III    METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang jenis penelitian, definisi operasional variabel, pengukuran variabel, populasi dan sample, teknik pengambilan sample data dan sumber data, serta metode analisis data.

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Hasil penelitian dan pembahasan berisi tentang deskripsi reponden, deskripsi data, analisis data, dan hasil pembahasan.

**BAB V PENUTUP**

Penutup dalam bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran.