

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Loyalitas konsumen merupakan tujuan utama para perusahaan untuk mengembangkan bisnisnya, kekuatan konsumen sebagai salah satu kunci sukses dalam bisnis. Konsumen yang loyal pada perusahaan akan memberikan prioritas utama dalam bertransaksi. Sementara loyalitas konsumen telah menjadi isu menarik dalam bidang pemasaran. Loyalitas konsumen adalah sikap positif terhadap perusahaan, komitmen yang mempunyai niat untuk meneruskan pembelian dimasa datang, hal ini dapat berlangsung dalam jangka panjang dan berakhir pada saat terjadi ketidakcocokan yang akan memutuskan ikatan kuat antara konsumen dan perusahaan. Loyalitas konsumen berkaitan erat terhadap kualitas layanan dan kepuasan atau ketidakpuasan yang dialami oleh konsumen.

Loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain, yaitu: Kepuasan pelanggan. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya (Asmuji, 2012)

Kepuasan pelanggan merupakan pengukuran gap antara harapan pelanggan dengan kenyataan yang mereka terima atau yang dirasakan. Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.

Kualitas layanan dalam sebuah perusahaan dapat menentukan berlangsungnya ikatan perusahaan dengan konsumen dalam jangka panjang. Menurut Nasution (2004,) Jika layanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas layanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika layanan yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas layanan dipersepsikan sebagai kualitas layanan yang ideal. Sebaliknya bila layanan yang diterima lebih rendah daripada harapan konsumen, maka kualitas layanan dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik tidaknya kualitas layanan tergantung pada perusahaan yang menyediakan layanan dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten.

Faktor lain yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah adanya kepuasan Pelanggan. Menurut Kotler dalam Putro (2009), kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapan. Perusahaan perlu memonitor dan meningkatkan kepuasan pelanggannya karena makin tinggi kepuasan pelanggan, berarti makin besar pula kemungkinan pelanggan tetap setia. Setiap perusahaan harus mampu memperhatikan faktor-faktor utama yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen seperti misal tingkat kualitas produk maupun harga yang harus dikorbankan untuk mendapatkan produk tersebut.

Grab adalah sebuah penyedia jasa layanan berbasis daring. Grab menjadi salah satu solusi mengatasi masalah kemacetan di daerah perkotaan. Aplikasi Grab sangat mudah digunakan baik oleh para pelajar, pekerja, dan

masyarakat luas lainnya. Grab memiliki produk jasa seperti Grab-Bike yang merupakan jasa angkutan menggunakan sepeda motor, Grab-Car merupakan jasa angkutan yang menggunakan mobil, dan terdapat juga produk jasa lainnya yaitu: Grab-Taksi, Grab-Express, Grab-Food, Grab-Hitch. Persaingan pada industri jasa transportasi online mengharuskan perusahaan berlomba-lomba untuk memberikan kualitas pelayanan yang terbaik untuk menjaga kepuasan dari pelanggan. Menurut Yesenia dan Siregar (dalam Adyana & Suprpti, 2018) apabila pelanggan sudah merasa puas maka selanjutnya tinggal mendapatkan dan mempertahankan loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan sangat tergantung penilaian pelanggan terhadap kualitas dari produk atau jasa yang ditawarkan.

Dari uraian diatas penulis ingin mengetahui apakah kualitas layanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dituangkan dalam judul: **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus pada Konsumen GRAB di Surakarta)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan sebelumnya, maka rumusan masalah yang digunakan adalah :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Grab?

2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Grab?
3. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Grab?
4. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan konsumen Grab?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun tujuan dari penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Grab.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Grab.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Grab.
4. Untuk mengetahui apakah kepuasan pelanggan memediasi kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Grab

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat digunakan untuk mengembangkan pengetahuan dan wawasan serta memperkaya khasanah penelitian tentang jasa

transportasi.

2. Manfaat Praktis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi perusahaan grab untuk meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan yang diberikan ke pelanggannya supaya dapat membangun loyalitas pelanggan melalui kepuasan.