

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.

Di era yang serba digital ini, teknologi informasi mengalami perubahan dan perkembangan yang begitu pesat. Dari pesatnya perkembangan teknologi informasi tidak dapat dipungkiri telah membawa perubahan-perubahan dalam persaingan bisnis saat ini, terutama pada bisnis jasa transportasi. Layanan jasa transportasi ojek di Indonesia mengalami perubahan salah satunya adalah ojek motor. Jika dulu layanan ojek hanya kita jumpai secara tradisional yang mana mengharuskan kita untuk mendatangi pangkalan ojek terlebih dahulu agar bisa menggunakan jasa tersebut. Berbeda dengan adanya informasi teknologi kita bisa memesan melalui online. System transportasi ojek tersebut lebih dikenal dengan ojek online.

Pengalaman layanan jasa transportasi dengan biaya yang rendah dapat mempengaruhi perilaku pelanggan dan niat pelanggan dimasa depan, termasuk komunikasi dari mulut ke mulut (Saha dan Theingi, 2009) dan niat pembelian (Escobar-Rodríguez dan Carvajal-Trujillo, 2014). Mengingat kepadatan dan persaingan yang tinggi dengan jasa transportasi online berbiaya rendah, menilai persepsi kualitas terhadap individu maupun organisasi menjadi semakin penting karena persepsi ini mewakili evaluasi kolektif dan nilai yang menentukan perilaku pelanggan di masa depan (Bruwer, 2014)

Loyalitas pelanggan merupakan wujud yang nyata dari seorang pelanggan yang merasa puas akan kinerja suatu perusahaan. Menurut Philip

Kotler dan Kevin Lane Keller (2009), loyalitas adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih. Factor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan diantaranya adalah harga dan kualitas pelayanan.

Saat ini kualitas pelayanan (servis quality) menjadi salah satu pertimbangan yang sangat penting bagi perusahaan. Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan konsep yang sangat penting yang harus dipahami perusahaan untuk tetap bersaing di pasaran. Kualitas pelayanan cenderung berfokus pada persepsi layanan dan bagaimana hal itu mempengaruhi perilaku konsumen. Misalnya, penelitian yang sudah dilakukan yaitu hubungan antara kualitas pelayanan dan perilaku, termasuk persepsi harga (Cho, 2014; Ye et al., 2014; Zeng et al., 2011), kepuasan (Bansal and Taylor, 2015; Dube, 2015), dan loyalitas (Bloemer et al., 1999; Orel and Kara, 2014).

Kualitas pelayanan yang baik bukan hanya memberikan keunggulan bagi perusahaan GO-JEK saja, tetapi mengarah bagi retensi perlindungan pelanggan yang mengarah pada peningkatan pangsa pasar (Park et al., 2004; Morash dan Ozment, 1994). Untuk mengetahui nilai kualitas pelayanan bagi suatu perusahaan adalah dari perspektif pelanggan dan tetap berfokus pada pelanggan untuk memahami kebutuhan mereka dan bagaimana memuaskan mereka. Terlebih lagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa yang mana produknya tak terlihat atau tak berwujud.kepuasan konsumen menjadi tolak ukur dari kualitas pelayanan yang diberikan.

Kualitas pelayanan merupakan ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Harga juga turut mengambil peran dalam terciptanya kepuasan pelanggan. Harga itu sendiri menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2007 : 439) adalah sejumlah nilai yang diberikan atas suatu produk, atau jumlah dari nilai yang ditukar pelanggan atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk tersebut.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ditulis maka rumusan masalah yang muncul sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa Go-Jek?
2. Apakah Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa Go-jek di Surakarta
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa Go-Jek?
4. Apakah Harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa Go-Jek?
5. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan jasa Go-Jek?
6. Apakah Kepuasan Pelanggan memediasi pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan jasa Go-Jek?
7. Apakah Kepuasan Pelanggan memediasi pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan jasa Go-Jek?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada maka dapat disimpulkan bahwa penulis memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa Go-Jek.
2. Menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa Go-Jek.
3. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa Go-Jek.
4. Menganalisis pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa Go-Jek
5. Menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa Go-Jek
6. Menganalisis pengaruh Kepuasan Pelanggan memediasi Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan jasa Go-Jek
7. Menganalisis pengaruh Kepuasan Pelanggan Memediasi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan jasa Go-Jek

D. Manfaat Penelitian.

Berdasarkan tujuan diatas adapun manfaat yang diharapkan adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis:

Diharapkan dengan adanya penelitian ini mampu memberikan ilmu pengetahuan serta wawasan dibidang pemasaran khususnya mengenai

pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi kepuasan pelanggan.

2. Manfaat Praktisi

a. Bagi Perusahaan

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat bermanfaat dalam pengembangan jasa transportasi Go-Jek.

b. Bagi Akademis

Diharapkan dengan penelitian ini dapat memberikan manfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan memberikan wawasan bagi pembaca.

c. Bagi Konsumen

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi pertimbangan atau menambah keinginan untuk menggunakan jasa transportasi Go-Jek.

E. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

B. Rumusan Masalah

C. Tujuan Penelitian

D. Manfaat Penelitian

E. Sistematika Penulisan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Kepuasan Pelanggan

2. Harga
3. Kualitas Pelayanan
4. Loyalitas Pelanggan

- B. Penelitian Terdahulu
- C. Kerangka Pemikiran
- D. Perumusan Hipotesis

BAB III METODE PENELITIAN

- A. Jenis Penelitian
- B. Definisi Operasional variable
- C. Populasi dan Sampel
- D. Jenis dan Sumber Data
- E. Metode Pengumpulan Data
- F. Metode Analisis Data

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

- A. Karakteristik Responden
- B. Analisis Data Deskriptif
- C. Analisis Partial Least Square (PLS)
- D. Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis

BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN