

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini perkembangan teknologi internet sudah sangat pesat. Internet sangat dibutuhkan dalam hal kebutuhan informasi dan komunikasi dalam masyarakat. Salah satu kebutuhan masyarakat yang tidak kalah pentingnya dengan kebutuhan informasi dan komunikasi yaitu kebutuhan transportasi. Transportasi merupakan hal yang penting dalam menunjang kehidupan masyarakat sehari-harinya. Dimana transportasi dapat mendukung aktifitas sehari-hari, contohnya pada pagi hari rata-rata penduduk di Indonesia membutuhkan alat transportasi untuk melakukan kegiatan-kegiatan bepergian kerja dan sekolah. Transportasi sangat berpengaruh terhadap perekonomian, salah satunya jasa transportasi online GO-JEK yang sudah berkembang pesat sampai saat ini.

Jasa pelayanan yang lebih banyak digunakan yaitu jasa transportasi *GO-Ride* dan *GO-Car*. Layanan *GO-Ride* merupakan jasa transportasi roda dua yang mengantarkan pelanggan dari tempat penjemputan ke tempat tujuan. *GO-Ride* adalah pilihan transportasi yang memberikan kecepatan, kemudahan pemesanan, dan kemudahan menentukan tujuan pengantaran, dan yang terpenting adalah keamanan dan kenyamanan. Layanan *GO-Car* merupakan jasa transportasi dengan mobil pribadi yang mengantarkan pelanggan dari tempat penjemputan ke tempat tujuan. *GO-Car* adalah pilihan transportasi yang memberikan rasa aman dan nyaman, pelanggan tidak akan kepanasan ataupun kehujanan dengan menggunakan jasa layanan ini. Layanan *GO-Ride* dan *GO-Car* pada GO-JEK lebih banyak diminati, karena transportasi jasa merupakan hal yang penting untuk menunjang kebutuhan sehari-harinya. Salah satunya yaitu membantu memenuhi kegiatan mahasiswa yang menggunakan jasa transportasi online untuk berpergian kuliah.

Pada aplikasi GO-JEK selain layanan *GO-Ride* dan *GO-Car* juga terdapat layanan yaitu *GO-Send*, *GO-Food*, *GO-Mart*, *GO-Tix*, *GO-Pulsa*, *GO-Bluebird*, *GO-Box*, *GO-Shop*, *GO-Massage*, *GO-Clean*, *GO-Glam*, *GO-Med*, *GO-Auto*, *GO-Bills*. GO-JEK menawarkan sistem pengantar dengan faktor kecepatan dalam hal pengantaran pesanan, keamanan, dan kenyamanan pelanggan serta juga menawarkan

faktor kemudahan dalam bertransaksi tanpa menggunakan uang tunai, dengan menggunakan *GoPay* atau seperti *E-wallet*.

Berdasarkan data yang didapat hingga saat ini (2017) jumlah pengemudi **GO-JEK** di Indonesia sebanyak 250.000 pengemudi. Dan untuk aplikasi **GO-JEK** sudah di unduh sebanyak lebih dari 15 juta kali di *GooglePlay* pada sistem operasi *Android* [1]. Kemudahan-kemudahan yang telah di tawarkan **GO-JEK** ini membuat masyarakat beralih menggunakan jasa **GO-JEK** karena konsumen sudah tidak perlu lagi melakukan tawar menawar harga karena harga dihitung dari jarak tempuh sesuai pada yang ada di sistem aplikasi **GO-JEK**.

Pada layanan *GO-Ride* dan *GO-Car* pelanggan akan dijemput dan diantarkan sampai ke tempat tujuan. Layanan *GO-Ride* adalah pilihan transportasi yang memberikan kecepatan, kemudahan pemesanan, keamanan, dan kenyamanan. Pada layanan *GO-Ride* akan disediakan helm oleh *driver*, dengan fasilitas helm yang disediakan akan membuat bagi pelanggan yang tidak memiliki helm dapat menggunakan helm yang disediakan oleh *driver* supaya aman sampai ditujuan. Pada layanan *GO-Car* fasilitas yang diberikan yaitu seperti pelanggan yang melakukan pemesanan akan langsung di telepon oleh *driver* kemudian dengan cepat akan di jemput *driver* dan diantar sampai tujuan. Dengan adanya pemberian fasilitas layanan seperti diatas, pelanggan yang tidak memiliki kendaraan sendiri akan merasa mudah untuk melakukan perjalanan ke suatu tempat tujuan. Dan diharapkan pelanggan akan merasakan nyaman selama dalam perjalanan yang pada akhirnya dapat memperoleh rasa puas kepada pengguna atas berbagai fasilitas yang diperolehnya tersebut.

Diharapkan dengan keadaan sebagaimana tersebut diatas, loyalitas pelanggan akan terbentuk dengan telah merasakan kepuasan tersebut dan akan melakukan pemakaian ulang pada waktu yang akan datang, serta memceritakan kepuasannya kepada orang lain atas kualitas pelayanan yang telah dirasakannya. Untuk itu penyedia jasa ataupun *driver* juga harus bisa menciptakan kualitas pelayanan yang sesuai agar dapat menciptakan kepuasan konsumen atau pelanggan. Kualitas pelayanan dipandang sebagai salah satu komponen yang perlu diwujudkan oleh perusahaan, karena memiliki pengaruh untuk mendatangkan konsumen baru dan dapat mengurangi kemungkinan pelanggan lama untuk berpindah ke perusahaan pesaing. Terdapat hubungan yang erat antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan, dimana semakin tinggi tingkat

kualitas pelayanan maka akan menyebabkan semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan, dan pelanggan akan tetap menggunakan pelayanan jasa tersebut sehingga akan tercipta bentuk loyalitas dari pelanggan.

Dalam upaya meningkatkan minat pemesanan, harga juga berperan dalam mempengaruhi minat konsumen akan suatu produk atau jasa. Harga adalah sesuatu yang harus diberikan oleh konsumen untuk mendapatkan keunggulan yang ditawarkan oleh bauran pemasaran perusahaan. Harga merupakan salah satu faktor penentu dalam pemilihan merek yang berkaitan dengan keputusan membeli konsumen. Ketika memilih diantara merek-merek yang ada, konsumen akan mengevaluasi harga secara absolut tetapi dengan membandingkan beberapa standar harga sebagai referensi untuk melakukan pembelian. Promosi adalah aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan untuk membeli produk itu. GO-JEK melakukan promosi dengan memberikan *voucher* gratis pada beberapa layanan yang ada pada aplikasi GO-JEK bagi pengguna baru. Strategi yang digunakan tersebut memiliki tujuan untuk mendatangkan pelanggan baru. Jika pelanggan baru tersebut puas akan kualitas pelayanan dan harga yang sesuai dengan manfaat yang diterima pelanggan maka akan terbentuk pelanggan yang loyal.

GO-JEK merupakan suatu aplikasi yang memudahkan aktifitas sehari-hari masyarakat kota dengan menawarkan berbagai layanan di dalamnya. Dengan proses transaksi yang mudah, aman, dan cepat. Beberapa masalah yang terjadi pada pengguna GO-JEK yaitu adanya sebagian *driver* atau pengemudi yang tidak memperhatikan kualitas pelayanan terhadap pelanggan. Pada saat pertama kali layanan *GO-Car* tersedia yang keadaan di dalam mobil dulunya bersih dan wangi, dengan seiring berjalannya waktu sampai saat ini tidak terjaga lagi. Sehingga membuat sebagian pelanggan terganggu akan hal tersebut. Pelanggan yang merasa terganggu dapat melakukan kritik atau saran pada aplikasi GO-JEK yang sudah tersedia. Adanya *driver* yang melakukan pembatalan pesanan secara sepihak dikarenakan alasan-alasan tertentu. Pada layanan *GO-Car* sering terjadi informasi mengenai jenis mobil maupun nomor polisi yang berada pada aplikasi GO-JEK tidak sesuai dengan mobil yang akan ditumpangi pelanggan, dengan berbedanya jenis mobil dan nomor polisi akan membuat sebagian pelanggan yang akan menumpangi mobil tersebut merasa tidak aman.

Dapat terlihat dari fenomena yang terjadi kualitas pelayanan yang masih rendah akan membuat sulit terciptanya loyalitas dari pelanggan. Untuk itu pihak dari PT. GO-JEK mengkaji kembali sistem pada aplikasi masih kurang sempurna dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh *driver* kepada pelanggan secara langsung, dengan dibuatnya layanan bantuan pada aplikasi. Layanan bantuan pada aplikasi GO-JEK berguna untuk perusahaan melakukan perbaikan dari keluhan-keluhan pelanggan maupun melakukan inovasi-inovasi baru yang dapat diberikan untuk pelanggan.

Penetapan harga sangat penting dalam hal menentukan seberapa jauh sebuah pelayanan jasa dinilai oleh pelanggan dan proses pembangunan citra yang akan membentuk suatu loyalitas dari pelanggan. Dalam hal ini GO-JEK menetapkan harga yang cukup murah dan dapat dijangkau bagi pengguna jasanya sehingga pelanggan yang ingin menggunakan alat transportasi lainnya seperti betor kemudian beralih menggunakan jasa transportasi GO-JEK. Di sisi lain, penetapan harga yang lebih mahal pada saat jam-jam sibuk seperti pada pagi hari, dimana saat jam berangkat kerja atau sekolah, jam makan siang dan jam pulang kerja serta pada saat hari libur (*weekend*). Pada saat terjadi hujan di saat pelanggan melakukan pesanan, harga atau tarif pada layanan *GO-Car* akan meningkat dari harga normal, harga pesanan pada saat hujan akan lebih mahal daripada harga dengan pesanan saat tidak hujan. Kemudian perbedaan harga pada penggunaan *GO-Pay* atau non tunai. Mahasiswa yang menggunakan *GO-Pay*, harga atau tarifnya akan lebih murah daripada yang menggunakan tunai. Penetapan harga yang tidak stabil akan membuat sebagian loyalitas dari pelanggan hilang dan beralih ke alat transportasi lainnya.

GO-JEK juga memanfaatkan perkembangan teknologi saat ini dengan melakukan berbagai promosi jasa. Seperti penetapan media periklanan menggunakan media internet, sosial, radio, media partner, brosur, *event* dan juga media promosi tradisional yaitu publikasi dari mulut ke mulut. Promosi yang sering dilakukan GO-JEK yaitu dengan memberikan atau membagikan *voucher* gratis bagi pengguna baru GO-JEK. Dengan melakukan strategi promosi tersebut diharapkan akan menciptakan loyalitas pelanggan. GO-JEK juga melakukan promosi dengan cara mengadakan liga-liga atau pertandingan. Selain promosi tersebut, juga mengikuti *event-event* tertentu seperti mengikuti acara bazar, sehingga orang-orang yang belum mengenal atau yang

belum menggunakan aplikasi GO-JEK jadi tahu dan ingin menggunakan aplikasi tersebut.

Dari uraian diatas penulis ingin mengetahui apakah kualitas pelayanan, harga, dan promosi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dituangkan dalam judul **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Terhadap Penggunaan GO-JEK (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Mikroskil Medan)”**.

1.2 Rumusan Masalah

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

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan terhadap penggunaan GO-JEK pada mahasiswa STIE Mikroskil Medan?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan terhadap penggunaan GO-JEK pada mahasiswa STIE Mikroskil Medan?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan terhadap penggunaan GO-JEK pada mahasiswa STIE Mikroskil Medan?
4. Apakah kualitas pelayanan, harga, dan promosi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan terhadap penggunaan GO-JEK pada mahasiswa STIE Mikroskil Medan?

1.3 Ruang lingkup Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka penulis membatasi ruang lingkup penelitian sebagai berikut :

1. Variabel bebas yaitu: kualitas pelayanan, harga, dan promosi.
2. Variabel terikat yaitu: loyalitas pelanggan.
3. Objek yang digunakan peneliti yaitu: mahasiswa program studi Manajemen STIE Mikroskil Medan (Angkatan 2015 dan 2016 dengan jadwal perkuliahan sore).
4. Periode penelitian 2017.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada penggunaan GO-JEK.
2. Pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pada penggunaan GO-JEK.
3. Pengaruh promosi terhadap loyalitas pelanggan pada penggunaan GO-JEK.
4. Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap loyalitas pelanggan pada penggunaan GO-JEK.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk mahasiswa sebagai media aplikasi ilmu pengetahuan tentang jasa transportasi *online* dan memberikan pemahaman mengenai cara penggunaan jasa transportasi *online* GO-JEK dalam penelitian ini.

2. Manfaat Praktisi

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan sumber informasi bagi mahasiswa dalam melakukan penelitian – penelitian yang sama pada berikutnya dan untuk perusahaan GO-JEK.

1.6 Originalitas

Penelitian ini merupakan replikasi penelitian yang dilakukan oleh Sandriana Marina, Andi Darmawati, dan Indra Setiawan (2014) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Perusahaan Penerbangan *Full Service Airlines*” [2]. Adapun perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sebagai berikut :

1. Variabel bebas

Variabel pada penelitian terdahulu menggunakan 1 variabel bebas yaitu kualitas pelayanan. Sedangkan pada penelitian ini peneliti menggunakan variabel bebas pada peneliti terdahulu dan dengan menambahkan 2 variabel bebas yaitu harga dan promosi. Alasan peneliti menggunakan variabel tersebut karena menurut peneliti, harga dan promosi akan mempengaruhi loyalitas pelanggan, jika harga yang ditawarkan lebih murah maka kemungkinan kecil pelanggan akan berpindah pada produk pesaing. Jika promosi yang meyakinkan dan kualitas pelayanan yang bagus maka pelanggan akan melakukan pemesanan atau

penggunaan secara berulang-ulang kali sehingga akan terbentuk loyalitas dari pelanggan terhadap GO-JEK (*GO-Ride & GO-Car*).

2. Objek

Objek pada penelitian terdahulu yaitu Perusahaan Penerbangan *Full Service Airlines*. Sedangkan pada penelitian ini objek peneliti yaitu Layanan *GO-Ride* dan *GO-Car*.

3. Periode penelitian

Periode penelitian peneliti terdahulu pada tahun 2014, sedangkan penelitian ini dilakukan peneliti tahun 2017.



UNIVERSITAS
MIKROSKIL