

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 LATAR BELAKANG

Perkembangan bisnis di era modern ini telah berkembang sangat pesat dan mengalami metamorfosis yang berkesinambungan. Dimana salah satu contoh perubahan tersebut yaitu dalam hal perubahan gaya hidup (*life style*), dimana hal ini tidak lepas dari pengaruh globalisasi [1]. Perkembangan teknologi yang berdampak pada perubahan transportasi pemesanan secara online melalui *smartphone*.

Perkembangan bisnis transportasi online *grab* (sebelumnya dikenal sebagai *grab taxi*) adalah perusahaan berasal dari Malaysia sebelum memindahkan kantor pusat mereka di Singapura yang melayani aplikasi penyediaan jasa transportasi secara online di tujuh negara, yaitu: Malaysia, Cambodia, Singapura, Thailand, Vietnam, Indonesia, dan Filipina. Saat ini *Grab* telah beroperasi 100 kota di Indonesia posisinya sebagai platform wilayah layanan terluas dari Aceh hingga Papua. Jasa layanan bisnis transportasi online *grab* yang berkembang pesat seiring dengan keinginan pada jasa layanan yang memudahkan konsumen dalam berbagai kepentingan. Akses aplikasi yang mempermudah konsumen dalam pemesanan jasa transportasi online. Meningkatnya layanan transportasi online yang menimbulkan persaingan antara jasa transportasi online *grab* dengan jasa transportasi online lainnya.

Persaingan diantara perusahaan jasa layanan transportasi online dalam menyediakan jasa transportasi online yang memenuhi keinginan konsumen. Sehingga perusahaan *Grab* berusaha dalam mempertahankan layanan transportasi online dengan cara memperhatikan harga, meningkatkan kualitas layanan, dan menambah kepercayaan konsumen pada *Grab* demi mempertahankan posisi dengan kinerja baik pada *Grab*. Peningkatan kinerja pada *grab* menjadi tolak ukur pada konsumen dalam hal kepuasan yang dirasakan konsumen baik konsumen tersebut merasa senang atau kecewa dengan layanan jasa yang digunakan konsumen.

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan – harapannya [2]. Setelah konsumen menggunakan jasa transportasi

online *grab express instant bike*. konsumen akan melihat kinerja (atau hasil) yang dilakukan jasa transportasi online *grab express instat bike*. Sehingga perasaan puas atau kecewa mempengaruhi perilaku konsumen dalam menggunakan jasa transportasi online *Grab express instant bike*. Pada saat ini, tidak dapat dipungkiri mahasiswa cenderung menggunakan jasa transportasi *grab express instant bike* disebabkan aktivitas yang padat pada pekerjaan dan perkuliahan. Masa pandemi covid-19 mahasiswa bekerja sehingga aktivitas padat pada kegiatan yang dilakukan mahasiswa, sehingga tidak mempunyai banyak waktu untuk pengiriman barang seperti buku, kunci, baju dan lain – lain. Mahasiswa dengan aktivitas bekerja dimasa pandemi covid-19 cenderung menggunakan jasa transportasi online dalam pengiriman barang salah satunya dengan menggunakan *grab express instant bike*. Mahasiswa memilih jasa transportasi online berdasarkan kepuasan pada kinerja (hasil) yang diterima dan transaksi yang singkat. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan yaitu harga, kualitas layanan, dan kepercayaan.

Harga adalah jumlah uang yang dibayarkan atas jasa atau jumlah nilai yang konsumen tukar dalam rangka memperoleh suatu manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa [3]. Strategi penetapan harga sangat berperan bagi perusahaan. Penetapan harga yang dibuat oleh perusahaan sangat mempengaruhi konsumen dalam menggunakan jasa transportasi online khususnya pada pengiriman barang.

Berikut beberapa sampel harga jasa transportasi online *grab* dan *go-jek* dalam pengiriman barang.

**Tabel 1.1 Daftar Harga Jasa Transportasi Online Grab Express Instant Bike dan Gosend Instant Delivery**

Type pengiriman	Tarif minimum	Tarif per KM (Tarif 20 KM Pertama)	Tarif Per KM (Setelah 20 KM)
Grab Express Instant Bike.	11.000	2.350	2.350
Gosend Instant Delivery	12.000	2.000	2.500

**Sumber : Grab & Go-Jek**

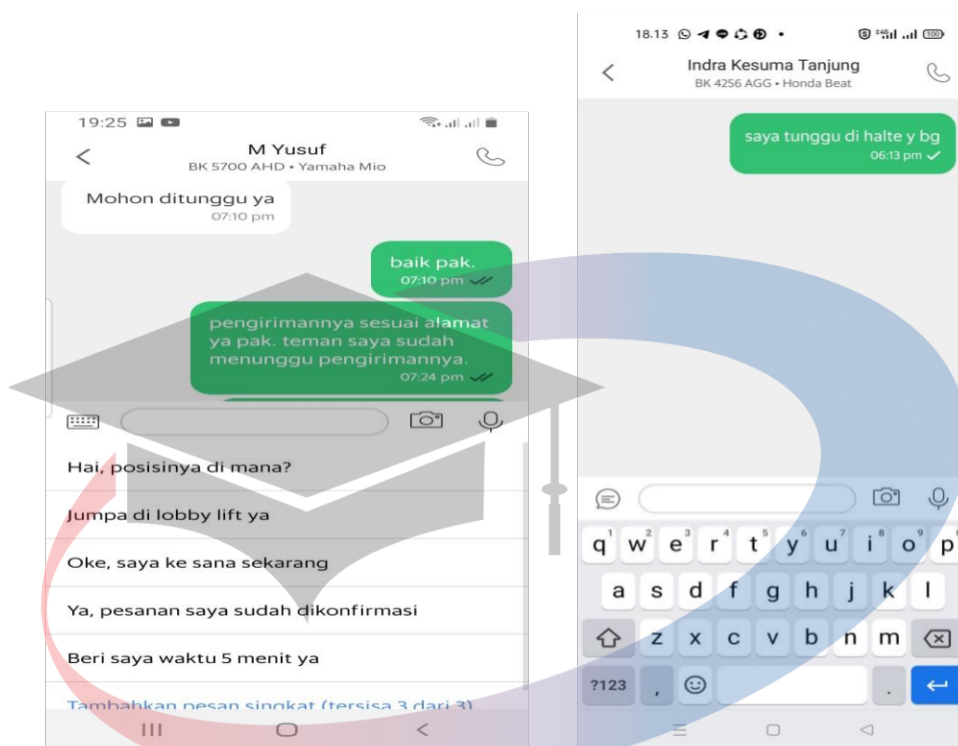
Dari tabel diatas 1.1 bahwa harga jasa transportasi online *grab express instant bike* lebih terjangkau dibandingkan *gosend instant delivery*.

Harga pada transportasi online ditetapkan berdasarkan jarak pengantaran barang yang menjadi perbandingan bagi konsumen khususnya mahasiswa dengan jasa transportasi online lainnya. Berdasarkan wawancara yang dilakukan terhadap beberapa mahasiswa pengguna *grab express instant bike* khususnya pada mahasiswa program studi manajemen STIE Mikroskil. *Grab express instant bike* tarif harga yang tidak stabil karena permintaan yang tinggi dengan jumlah pengemudi yang sibuk. Pemesanan di aplikasi dari Jl. Tunggul bongkar VII ke alamat tujuan Jl. Ekawarni Gg. Pribadi tarif yang dikenakan sebesar Rp. 30.000 dengan jarak yang ditempuh 12 km. harga yang dikenakan pada jarak 12 km dihitung berdasarkan harga tarif 0 km hingga 20 km tarif sebesar Rp. 2.350 harganya sebesar Rp. 28.200 adanya kenaikan sebesar Rp. 1.800 sedangkan pada *gosend instant delivery* adanya kenaikan harga terjadi pada jam-jam tertentu. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen [1]. Penelitian lain menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen [4].

Selanjutnya faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah Kualitas Layanan. Kualitas Layanan adalah hasil penilaian pelanggan atas seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan yang dirasakan dari suatu layanan yang mereka terima dari penyedia layanan (perusahaan) baik itu penilaian secara sebagian maupun secara keseluruhan [5].

Berdasarkan hasil wawancara pada beberapa pengguna *grab express instant bike* khususnya pada mahasiswa program studi manajemen STIE Mikroskil. Permasalahan di kualitas layanan yaitu respon dari pengemudi yang tidak memberitahukan baik melalui fitur chat maupun telepon adanya keterlambatan penjemputan dari pengirim barang. Layanan dari sikap pengemudi dalam tanggung jawab pada tempat barang yang diantar kurang aman khususnya *grab express instant bike* dalam proses pengantaran barang, sikap yang kurang tanggap dalam membalas respon konsumen. Berdasarkan penelitian terdahulu kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap

kepuasaan konsumen [1]. Penelitian lain menyatakan kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen [6].



**Gambar 1.1 Chat yang Kurang Tanggap Direspon Pengemudi *Grab Express Instant Bike***

Dari gambar 1.1 di atas dapat menunjukkan bahwa kualitas layanan yang diberikan pengemudi masih kurang dalam membalas respon konsumen *grab express instant bike*.

Selanjutnya faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah Kepercayaan. Kepercayaan adalah kesimpulan konsumen yang didasarkan atas pengetahuan yang dimilikinya mengenai karakteristik sebuah produk [7]. Kepercayaan dapat mendorong hubungan kerjasama antara konsumen dengan grab.

Berdasarkan hasil wawancara pada beberapa pengguna grab express instant bike khususnya mahasiswa program studi manajemen STIE Mikroskil. Kejujuran yang sulit dipertahankan oleh pengemudi. Barang yang dikirim pada penerima barang adanya penambahan tarif harga yang tidak sesuai dengan aplikasi. Tingkat kejujuran pada setiap pengemudi yang berbeda – beda sehingga dapat mempengaruhi kepercayaan

konsumen dalam menggunakan *grab express instant bike* dalam jasa pengiriman barang. Dengan kepercayaan yang kurang pada jasa pengiriman barang mempengaruhi kepuasan konsumen pada penggunaan layanan *grab express instant bike*. Rasa kecewa yang dirasakan konsumen berdampak pada penggunaan aplikasi jasa transportasi pengiriman yang lain. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen [3]. Penelitian lain menyatakan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen [8].

Berdasarkan pada uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul: **“Pengaruh harga, Kualitas Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Transportasi Online *Grab Express Instant Bike* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan)”**.

### 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka pokok masalah yang dijadikan fokus penelitian sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen jasa transportasi online *grab express instant bike* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan)?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen jasa transportasi online *grab express instant bike* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan)?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen jasa transportasi online *grab express instant bike* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan)?
4. Apakah harga, kualitas layanan, dan kepercayaan berpengaruh secara bersama – sama terhadap kepuasan konsumen memilih jasa transportasi online *grab express instant bike* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan)?

### 1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Adapun ruang lingkup penelitian ini membahas tentang pengaruh harga, kualitas layanan, dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen jasa

transportasi online *grab express instant bike* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan)

- |   |                      |   |   |
|---|----------------------|---|---|
| 1 | Variabel Terikat (Y) | : | Kepuasan Konsumen   |
| 2 | Variabel Bebas (X)   | : | Harga ( $X_1$ ), Kualitas layanan ( $X_2$ ), Kepercayaan ( $X_3$ )            |
| 3 | Objek Penelitian     | : | Mahasiswa Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan stambuk 2018 dan 2019. |
| 4 | Periode Pengamatan   | : | Tahun 2021  |

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Harga terhadap kepuasan konsumen jasa transportasi online *grab express instant bike* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan).
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen jasa transportasi *online grab express instant bike* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan).
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kepercayaan terhadap kepuasan konsumen jasa transportasi online *grab express instant bike* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan).
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Harga, Kualitas layanan dan Kepercayaan terhadap kepuasan konsumen jasa transportasi online *grab express instant bike* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan).

#### 1.5 Manfaat

Dengan tercapainya tujuan – tujuan tersebut, maka penelitian ini akan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi pembaca, tentang pengaruh harga, kualitas layanan dan kepercayaan terhadap

kepuasaan konsumen jasa transportasi online *grab express instant bike* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan). Dan diharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan untuk penelitian lanjutan.

## 2. Manfaat Praktis.

Bagi perusahaan hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi perusahaan *Grab express instant bike* dalam membentuk harga, kualitas layanan, dan kepercayaan yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen.

### 1.6 Originilitas

Penelitian ini merupakan replikasi dari peneliti yang berjudul terdahulu yang berjudul: Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Transportasi Online Go-Jek Di Manado [1].

Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sebagai berikut:

1. Dari segi variabel penelitian, penelitian sebelumnya menggunakan variabel bebas Harga dan Kualitas Layanan, Sedangkan penelitian ini menambahkan variabel bebas Kepercayaan. Kepercayaan adalah kesimpulan konsumen yang didasarkan atas pengetahuan yang dimilikinya mengenai karakteristik sebuah produk [7]. variabel yang sering diuji dan pada umumnya akan muncul berdasarkan suatu proses. Kepercayaan dapat diciptakan karena adanya pengenalan akan suatu hal baik produk maupun yang lainnya. Kepercayaan akan mendorong orang untuk lebih mudah membina hubungan kerjasama dalam hal ini adalah hubungan antara konsumen dan produsen. Melalui adanya kepercayaan ditunjukkan oleh kualitas yang diperoleh dari pertama kali membeli atau merasakan jasa yang dimanfaatkan. Bisnis yang berkembang adalah bisnis yang dipelopori dengan kepercayaan yang dibuat perusahaan atau pemasar yang terpercaya. Kepercayaan konsumen sangat berperan penting dalam merasakan produk jasa yang dipakai hal tersebut menjadi penilaian bagi konsumen akan jasa transportasi online.
2. Dari Objek Penelitian terdahulu objeknya pada konsumen Di Manado sedangkan penelitian ini dilakukan pada Mahasiswa Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan.

3. Periode pengamatan sebelumnya pada tahun 2018, sedangkan penelitian ini pada dilakukan pada tahun 2021.



UNIVERSITAS  
MIKROSKIL