

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi memiliki peranan penting untuk mempermudah dalam melakukan berbagai kegiatan di berbagai aspek kehidupan sehari-hari. Salah satu teknologi yang berkembang pesat saat ini adalah penggunaan jaringan internet yang sering digunakan untuk memperoleh informasi dimana saja. Selain sebagai media komunikasi internet juga dimanfaatkan sebagai fasilitas aktivitas bisnis suatu perusahaan untuk mencapai tujuannya. Dengan melihat peluang bisnis yang sangat menjanjikan membuat pelaku bisnis menggabungkan internet dan transportasi seperti ojek online dan taxi online. Salah satu perusahaan pencetus layanan transportasi berbasis online adalah Grab yang memberikan layanan antar jemput dengan modal transportasi mobil dan sepeda motor atau dikenal dengan istilah grab bike atau grab car. Khusus layanan transportasi ojek dengan layanan Grab Bike yang tidak hanya memberikan jasa transportasi antar jemput penumpang menggunakan sepeda motor tetapi juga menyediakan jasa pengiriman barang dan pesan antar makanan

Keberhasilan atau kesuksesan suatu perusahaan khususnya perusahaan yang berfokus pada layanan atau jasa baik itu perusahaan yang menjalankan aktivitas dengan cara offline maupun online dipengaruhi berbagai faktor diantaranya kemampuan perusahaan mewujudkan kepuasan konsumen yang dilayani pemenuhan kepuasan konsumen menjadi hal yang penting karena kepuasan konsumen ini merupakan salah satu strategi jangka panjang perusahaan untuk mempertahankan dan meraih keuntungan di masa mendatang. Terciptanya kepuasan konsumen akan sangat bermanfaat bagi perusahaan untuk mewujudkan hubungan harmonis perusahaan dengan konsumen yang dapat memicu konsumen untuk loyal menggunakan layanan transportasi berbasis aplikasi lainnya. Aplikasi Grab khususnya Grab Food yang fokus pada layanan pesan antar makanan bertumbuh melalui dana dari investor sehingga perusahaan yang bersaing pada industri ini berkembang dari waktu ke waktu untuk mendapatkan suntikan dana dari investor berdasarkan pada besarnya jumlah pengguna yang mengunduh atau menggunakan aplikasi layanan tersebut. Berikut perbedaan layanan Go-jek dan Grab yang peneliti paparkan dalam tabel

Tabel 1.1 Pesaing Grab Food dalam industri yang sama

Apikasi	Layanan	Unduhan
Grab food	Food delivery	50-100 juta
Go food	Food delivery	10-50 juta
Open rice	Food delivery	1 juta
Klik – Eat	Food delivery	10-50 ribu
Foody	Food delivery	10-50 ribu
Raja Makan	Food delivery	1-5 ribu
Pumasera	Food delivery	1-5 ribu
Kulineran	Food delivery	1 ribu

Sumber: Play Store Android pada bulan Maret 2018

Berdasarkan tabel 1.1 di atas diketahui jumlah pengunduh layanan aplikasi khususnya food delivery tidak hanya Grab Food tetapi ada perusahaan penyedia layanan aplikasi lainnya. Hal ini menggambarkan bahwa terdapat beberapa pesaing sedang tumbuh dan berkembang di industri yang sama sehingga menjadi salah satu ancaman yang dihadapi Grab khususnya Grab Food sehingga dibutuhkan strategi untuk meminimalisir ancaman tersebut dengan berbagai cara diantaranya pemberian potongan harga berbentuk voucher dapat digunakan oleh konsumen saat melakukan pemesanan. Pelanggan memang membutuhkan perusahaan, namun pelanggan berhak memilih perusahaan yang menawarkan produk maupun jasa yang sesuai dengan harapan, serta memberikan kualitas pelayanan bagi pihak pelanggan dan berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang mengacu pada perilaku pembelian akhir konsumen, baik individual maupun rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi dan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi konsumen untuk menggunakan produk atau jasa dalam menetapkan keputusan pembelian adalah kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan komponen penting karena memiliki pengaruh untuk

mendatangkan konsumen baru dan mengurangi kemungkinan konsumen lama untuk berpindah jasa. Apabila jasa tersebut menawarkan kualitas pelayanan yang baik, maka konsumen cenderung tertarik untuk menggunakan jasa tersebut [1].

Perusahaan harus mengembangkan usaha Grab Food dari segi pemasarnya banyak di kalangan mahasiswa yang sering memesan makanan menggunakan Grab Food karena harga yang terjangkau serta tidak usah bersusah payah membeli makanan, atau jajan sembarangan di luar, peminat Grab Food ini sudah semua kalangan tahu, selain aplikasi makanan, Grab juga menyediakan aplikasi lainnya seperti Grab Bike, Grab Car dan lain sebagainya. Perusahaan Grab terus mengeluarkan produk produk yang mereka miliki supaya peminatnya tidak bosan untuk terus memesan sesuatu melalui Grab dan ini merupakan strategi yang dimiliki oleh perusahaan agar tidak mengecewakan pelanggan dan terus memberikan layanan yang baik kepada khalayak masyarakat yang di luar sana. Dan ini menjadi salah satu transportasi seperti Grab bike atau Grab car yang membantu mahasiswa agar tidak usah menunggu kendaraan lainnya yang belum tentu aman untuk dinaiki.

Selain kualitas pelayanan faktor lain yang mempengaruhi konsumen dalam memutuskan untuk menggunakan produk atau jasa adalah harga. [2] Harga dapat diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan/atau aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa. [2] Keputusan penetapan harga merupakan pemilihan yang dilakukan perusahaan terhadap tingkat harga umum yang berlaku untuk jasa tertentu yang bersifat relatif terhadap tingkat harga para pesaing, serta memiliki peran strategis yang krusial dalam menunjang implementasi strategi pemasaran.

Harga Grab Food bervariasi dilihat dari pemesanan makanan yang banyak atau potongan harga makanan setengah dari harga aslinya ini biasanya ditunggu tunggu oleh mahasiswa yang ingin memesan makanan, mahasiswa tidak perlu risau apabila makanan yang mereka pesan banyak karena ada diskon dan voucher yang diberikan oleh Grab Food sehingga makanan mereka menjadi murah dan menguntungkan oleh mahasiswa, sebab selain dapat memakan makanan yang enak, harga yang dibayar tidak mahal karena

menggunakan kode promo yang diberikan oleh aplikasi Grab Food. Cara pembayaran tidak menggunakan duit cash tetapi dalam bentuk point ovo yang dibayar dengan menggunakan aplikasi Grab Food tersebut

Selain faktor kualitas pelayanan dan harga, faktor selanjutnya yaitu citra merek, Citra merek merupakan representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek dan bentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek itu. Citra terhadap merek berhubungan sikap yang berupaya keyakinan dan preferensi terhadap suatu merek [3]. Konsumen yang memiliki citra positif terhadap suatu merek akan lebih memungkinkan untuk melakukan pembelian [3].

Agar terciptanya sebuah merk adalah dengan nama brand seperti Grab Food, Food dalam bahasa Indonesia adalah makanan maka perusahaan memutuskan untuk memberi nama Grab Food agar mudah diingat, diucap oleh mahasiswa dan masyarakat yang dapat bersaing secara sehat dengan perusahaan lain. Ada juga aplikasi lainnya yang mirip dengan Grab hampir semua mirip dari jaketnya, sama sama menggunakan aplikasi lewat smartphone dan lain sebagainya. Perusahaan harus mempertahankan merk dengan baik sebab apabila nama merk digunakan oleh sembarangan orang, maka membuat perusahaan menjadi tidak baik di mata konsumen, yang mengakibatkan konsumen menjadi malas atau tidak mau mempercayai aplikasi tersebut, apabila hal itu terjadi perusahaan semakin lama akan bangkrut dan harus dimulai dari awal kembali.

Loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Hal ini menjadi alasan utama bagi sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan mereka. Loyalitas terhadap produk atau jasa perusahaan (merek) didefinisikan sebagai sikap menyenangkan terhadap suatu merek yang dipresentasikan dalam pembelian yang konsisten terhadap merek itu sepanjang waktu. Hal ini menjadi alasan utama bagi sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan mereka [4].

Untuk membangun kesetiaan pelanggan memang tidak mudah, harus memahami apa yang diinginkan oleh konsumen, terutama dalam sektor makanan cepat saji yang

diminati oleh mahasiswa seperti Grab food. Aplikasi Grab Food menyediakan berbagai jenis makanan dan minuman tinggal memesan sesuai selera. Grab Food menjadi salah satu yang diminati oleh mahasiswa, tingkat minat mahasiswa yang menggunakan Grab Food sudah cukup banyak dari berbagai jurusan, dari kelas pagi hingga malam sudah pernah menggunakan aplikasi Grab Food khususnya mahasiswa, apabila mahasiswa bosan dengan makanan yang ada di kantin atau tidak mau jajan sembarangan di luar bisa memesan makanan lewat Grab Food, Selain aplikasi makanan Grab juga menyediakan transportasi yaitu ojek online, taxi online. Adanya aplikasi Grab membantu konsumen dan mahasiswa untuk bisa menaiki transportasi yang disediakan oleh Grab supaya bisa sampai ke tujuan dengan tepat waktu

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **”Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Citra merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Grab Food (Studi Kasus Pada Program Sudi Manajemen STIE Mikiroskil)”**

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh pada loyalitas pelanggan pengguna jasa Grab Food pada mahasiswa STIE-Mikroskil?
2. Apakah harga berpengaruh pada loyalitas pelanggan pengguna jasa Grab Food pada mahasiswa STIE-Mikroskil?
3. Apakah citra merek berpengaruh pada loyalitas pelanggan pengguna jasa Grab Food pada mahasiswa STIE-Mikroskil?
4. Apakah kualitas pelayanan, harga, dan citra merek secara simultan berpengaruh pada loyalitas pelanggan pengguna jasa Grab Food pada mahasiswa STIE-Mikroskil?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Adapun ruang lingkup pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- A. Variabel Bebas : Kualitas Pelayanan, Harga, dan Citra Merek
- B. Variabel Terkait : Loyalitas Konsumen
- C. Objek Penelitian : Mahasiswa STIE-Mikroskil

D. Periode Penelitian : 2020

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan pada loyalitas pelanggan pengguna jasa Grab Food pada mahasiswa STIE-Mikroskil
2. Untuk mengetahui pengaruh harga pada loyalitas pelanggan pengguna jasa Grab Food pada mahasiswa STIE-Mikroskil
3. Untuk mengetahui pengaruh citra merek pada loyalitas pelanggan pengguna jasa Grab Food pada mahasiswa STIE-Mikroskil
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan citra merek pada loyalitas pelanggan pengguna jasa Grab Food pada mahasiswa STIE-Mikroskil

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
Penelitian ini digunakan sebagai tambahan pengetahuan untuk lebih memahami kegiatan ekonomi khususnya pada kualitas pelayanan, harga, citra merek terhadap loyalitas pelanggan

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat menambah wawasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu, diharapkan pula penelitian ini dapat menjadi bahan inspirasi untuk masyarakat lainnya pada masa yang akan datang dan digunakan sebagai tambahan pengetahuan untuk lebih memahami kegiatan ekonomi

1.6 Originalitas

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rini Sugiarsih Duki Saputri dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang. Adapun perbedaan penelitian sebelumnya dengan peneliti ini sebagai berikut:

1. Penelitian sebelumnya menggunakan variabel kualitas pelayanan dan harga sedangkan penelitian ini menambahkan variabel citra merek. Alasan peneliti menambahkan variabel citra merek dimana peneliti melihat bahwa Transportasi

Online memiliki reputasi yang baik di kalangan masyarakat dengan namanya yang sederhana dan mudah untuk diingat hal ini tentu membuat nama Grab semakin baik di tengah masyarakat.

2. Penelitian sebelumnya meneliti di Universitas Diponegoro Semarang sedangkan pada penelitian ini meneliti di STIE-Mikroskil Medan



UNIVERSITAS MIKROSKIL