

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada tahun 2020 terjadi pembatasan sosial akibat pandemi Covid-19 yang membuat berbagai aktivitas menjadi terhenti. Semua golongan masyarakat turut merasakan dampaknya. Aktivitas perdagangan menjadi terhambat karena penjual dan pembeli tidak dapat bertemu secara langsung. Karyawan yang semula bekerja di kantor tidak dapat menyerahkan dokumen penting akibat kebijakan *Work From Home* yang mewajibkan karyawan untuk bekerja dari rumah. Kebutuhan sehari-hari seperti makanan maupun obat-obatan juga sulit untuk didapatkan, sehingga masyarakat membutuhkan suatu layanan jasa yang dapat membantu mengatasi masalah pengiriman dan pengantaran berbagai barang kebutuhan atau dokumen penting yang tidak dapat dilakukan. Hal ini juga bertujuan untuk memutus rantai penyebaran Covid-19.

Adanya pandemi Covid-19 yang terjadi selama tiga tahun belakangan ini membuat masyarakat mulai beradaptasi dan beralih ke pengiriman barang secara *online* melalui jasa kurir *online*. Jasa kurir *online* merupakan jasa pengiriman yang menawarkan pengiriman barang dengan pemesanan yang dapat dilakukan dan diawasi secara *online*. Keberadaan jasa kurir *online* mampu menunjang kebutuhan para pelaku bisnis dalam mengirimkan barang ke konsumen. Selain untuk keperluan bisnis, jasa kurir *online* juga memiliki manfaat bagi konsumen dalam mengirimkan barang sehari – hari seperti dokumen, barang berharga, ataupun makanan, sehingga konsumen dapat menghemat waktu dan tenaga yang mereka miliki dibandingkan jika barang tersebut harus dikirim sendiri.

Salah satu jasa kurir *online* yang menjadi pilihan utama masyarakat saat ini adalah Grab Express. Grab Express merupakan salah satu variasi layanan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan jasa berbasis aplikasi yaitu Grab. Grab Express memiliki kurir yang siap mengantarkan barang secara kilat, pasti, dan aman menggunakan Grab Bike dan Grab Car yang dapat digunakan selama 24 jam. Grab Express juga memungkinkan konsumen dapat mengirim barang sekaligus ke beberapa tujuan berbeda sehingga harga pengiriman akan lebih murah dibandingkan pengiriman

barang harus dilakukan satu persatu. Selain itu, Grab Express juga memberikan berbagai voucher diskon dan promo yang dapat dimanfaatkan konsumen sehingga biaya pengiriman dapat menjadi lebih murah. Grab Express juga memiliki fitur *live tracking* yang bisa membantu konsumen dalam melacak status pemesanan dan lokasi mitra kurir, dimana barang juga dipastikan akan sampai ke konsumen maksimal enam jam setelah kurir melakukan *pick up*. Grab Express juga menyediakan berbagai sistem pembayaran yang dapat memudahkan konsumen yaitu melalui kartu kredit, kartu debit, uang tunai, dan pembayaran *e-wallet* OVO. Cara pembayaran juga dapat dipilih antara *cash by sender* atau *cash by recipient* yaitu pembayaran dapat dilakukan oleh pihak pengirim maupun penerima barang.

Grab Express merupakan layanan jasa kurir online yang sudah dikenal oleh banyak kalangan masyarakat, karena Grab Express menjadi pelopor pertama layanan jasa kurir online di Indonesia. Meskipun begitu, ketertarikan mahasiswa Mikroskil dalam menggunakan layanan jasa kurir Grab Express dapat dikatakan mulai berkurang. Mahasiswa menilai kualitas pelayanan dan citra yang diberikan Grab Express mulai menurun seiring dengan jumlah konsumen yang semakin meningkat, sehingga mahasiswa menganggap harga yang dikeluarkan tidak sesuai dengan manfaat yang mereka terima. Banyak pesaing baru yang hadir juga menjadi faktor menurunnya ketertarikan mahasiswa terhadap Grab Express, karena mereka memberikan berbagai inovasi atau solusi yang tidak dapat dilakukan oleh Grab Express dalam memuaskan mahasiswa, seperti Maxim delivery yang menawarkan fitur reservasi (penjadwalan barang) lebih awal sehingga menghindarkan mahasiswa untuk menunggu lama dalam menemukan kurir akibat penumpukan pemesanan yang sering terjadi pada Grab Express. Selain itu, terdapat juga layanan kurir Shopee Express yang memberikan tambahan cashback sebesar 10% yang dapat digabungkan dengan promo dan voucher diskon bagi mahasiswa yang menjadi penjual di Shopee dan ingin mengirimkan barang tersebut kepada konsumen. Ketika yang diharapkan mahasiswa tidak dapat dipenuhi oleh jasa kurir online Grab Express, mahasiswa akan berpaling pada jasa kurir online lain yang dianggap dapat memuaskan dan memenuhi harapannya.

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) jasa atau layanan yang dipikirkan

terhadap kinerja yang diharapkan. Jika jasa yang dibeli oleh konsumen sesuai dengan harapan konsumen maka konsumen tersebut akan puas, begitupun juga sebaliknya. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa layanan cenderung untuk menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari (Indrasari, 2019). Kepuasan konsumen merupakan perasaan secara keseluruhan setelah membandingkan antara harapan atau ekspektasi terhadap kinerja atau hasil yang diterima. Jika kinerja mencapai atau bahkan melebihi ekspektasi, konsumen akan puas namun sebaliknya jika kinerja yang dirasakan dibawah ekspektasi, konsumen akan merasa dikecewakan.

Berdasarkan hasil prasurvey yang dilakukan kepada mahasiswa Fakultas Bisnis Mikroskil. Mahasiswa mengeluhkan bahwa beberapa voucher diskon yang tertera tidak dapat digunakan karena pemakaian voucher tersebut sudah melewati kuota yang telah ditentukan. Beberapa mahasiswa juga tidak puas dengan layanan yang diberikan oleh Grab Express hal ini disebabkan karena sering terjadinya kesalahan pada sistem aplikasi. Beberapa mahasiswa harus menunggu lama dalam menemukan kurir, selain itu sistem aplikasi Grab Express juga sering mengalami *error* yang menyebabkan titik *map* berpindah sendiri dan sistem yang menyatakan bahwa barang telah sampai padahal barang belum dijemput oleh mitra kurir. Hal ini menyebabkan mahasiswa tidak puas karena layanan Grab Express yang harusnya dapat menjadi sebuah solusi justru menghambat waktu yang mereka miliki.

Beberapa mahasiswa juga merasa tidak puas karena mengalami penangguhan yang terjadi pada akun Grab Express mereka akibat melakukan pelaporan masalah secara berulang – ulang yang justru dianggap sebagai *spam* oleh sistem aplikasi Grab Express. Kurangnya kepuasan yang dirasakan akibat kinerja atau layanan yang diberikan dalam menghadapi permasalahan yang dialami mahasiswa dapat memberikan kesan yang negatif kepada mahasiswa sehingga mahasiswa enggan untuk menggunakan layanan Grab Express kembali.

Harga adalah satu – satunya alat bauran pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai sasaran pemasarannya (Satriadi, Wanawir, Hendrayani, Siwiyanti, & Nursaidah, 2021). Harga merupakan faktor yang dapat dikendalikan

dan menjadi penentu suatu produk dan jasa dapat diterima atau tidaknya oleh konsumen. Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan bagi suatu perusahaan, karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh. Bagi konsumen harga merupakan sebuah nilai yang ditukarkan untuk memperoleh manfaat jasa atau layanan yang diterima.

Berdasarkan hasil prasurvey yang dilakukan kepada mahasiswa Fakultas Bisnis Mikroskil, mahasiswa kurang puas dengan harga yang diberikan Grab Express. Mahasiswa menilai harga yang ditawarkan Grab Express sedikit lebih mahal setelah membandingkan harga yang ditawarkan oleh layanan sejenis. Hal ini juga disebabkan karena mahasiswa menganggap pada awalnya Grab Express sering memberikan berbagai penawaran promo dan diskon kepada konsumen, namun belakangan ini Grab Express sudah jarang memberikan promo, berbeda dengan layanan sejenis seperti Go-send ataupun Shopee Express yang masih sering memberikan penawaran menarik. Terdapat juga beberapa mitra kurir yang meminta biaya atau tarif tambahan diluar yang telah ditentukan aplikasi karena mereka menganggap jarak yang mereka tempuh dalam mengantar barang tidak sesuai dengan upah yang mereka terima.

Beberapa mahasiswa juga tidak puas dengan kenaikan harga yang sangat melonjak signifikan (*high fare*) pada malam hari atau pada saat hujan dimana harga yang ditawarkan bisa menjadi dua kali lipat lebih tinggi dari harga normal. Harga yang tinggi menjadi salah satu faktor yang mengakibatkan mahasiswa tidak puas dalam menggunakan Grab Express. Sebagian besar mahasiswa cenderung enggan mengeluarkan biaya yang besar dan memilih untuk berhemat karena mahasiswa pada umumnya memiliki keterbatasan uang guna membiayai hal penting lainnya. Penelitian terdahulu menunjukkan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Adi, Sutopo, & Noviardari, 2021) sedangkan penelitian lain menunjukkan harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Haqi & Rahmatika, 2020).

Kualitas pelayanan juga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan adalah pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut (Indrasari, 2019). Dalam hal ini kualitas pelayanan menjadi faktor penting dalam kelangsungan hidup perusahaan, semakin tinggi kualitas yang

diberikan semakin tinggi juga kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Perusahaan harus menerapkan kualitas pelayanan sebaik mungkin sehingga kepuasan konsumen dapat terpenuhi dan bermanfaat ketika jasa atau layanan sesuai dengan yang diharapkan.

Berdasarkan hasil prasurvey yang dilakukan, terdapat mahasiswa yang tidak puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Grab Express, hal ini disebabkan karena terdapat mitra kurir yang dengan sengaja menyelesaikan orderan pengiriman barang yang sebenarnya belum dilaksanakan, mitra kurir tersebut melakukan pengambilan foto barang dengan sembarangan sebagai bukti bahwa barang sudah terkirim, tentunya hal ini akan membuat mahasiswa kecewa dan merasa tidak puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan.

Sebagian mahasiswa juga merasa beberapa mitra kurir tidak menjaga kondisi barang yang akan dikirim dengan baik, mahasiswa sudah mengingatkan bahwa barang yang akan dibawa merupakan makanan ataupun kue sehingga harus dibawa dengan hati – hati, namun pada saat sampai ditujuan kondisi makanan menjadi rusak atau dalam keadaan terbalik karena dibawa dengan terburu – buru oleh mitra kurir. Selain itu, kapasitas *customer service* yang dimiliki Grab Express dinilai belum mampu mengimbangi jumlah pelanggan yang banyak, hal ini berdampak pada penanganan masalah menjadi lambat. Mahasiswa harus menunggu antrian untuk dapat menyampaikan permasalahan saat menggunakan layanan *live chat*. Mahasiswa juga akan menghabiskan banyak pulsa ketika melakukan pengaduan melalui telepon dikarenakan harus menunggu dalam waktu yang lama. Penelitian terdahulu menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Suratni & Mayasari, 2021) sedangkan penelitian lain menunjukkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Wulansari, Darmawanto, Ariyanto, Antoni, & Hamirul, 2021).

Faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah citra merk. Citra merk merupakan asosiasi dari semua informasi yang tersedia mengenai produk, jasa dan perusahaan dari merk yang dimaksud. Citra merk terdiri dari atribut objektif atau instrinsik seperti ukuran kemasan dan bahan dasar yang digunakan, serta kepercayaan, perasaan, dan asosiasi yang ditimbulkan oleh merk produk tersebut (Indrasari, 2019). Citra merk memberikan kesan yang mendalam berupa hal positif

maupun negatif yang muncul dalam benak konsumen. Citra merk yang baik dapat menarik perhatian konsumen dalam menggunakan jasa atau layanan, sedangkan citra merk dengan kesan yang buruk dapat menurunkan kepuasan dan loyalitas konsumen yang akan berpengaruh pada minat daya beli jasa atau layanan yang ditawarkan.

Berdasarkan hasil prasurvei yang dilakukan, beberapa mahasiswa tidak puas dengan citra merk yang tergambar dari kinerja mitra kurir Grab Express, hal ini dikarenakan tidak semua mitra kurir Grab Express memiliki kinerja dan tanggung jawab yang sama. Beberapa mahasiswa mengeluhkan bahwa barang yang dikirimkan oleh mitra kurir melewati estimasi waktu yang telah ditentukan oleh sistem aplikasi, sehingga hal ini bertolak belakang dengan citra merk Grab Express yang dinilai dapat memberikan layanan pengantaran dengan cepat. Beberapa mitra kurir juga dilaporkan tidak menunjukkan etika yang baik dengan bersikap tidak ramah dan marah ketika mahasiswa membuat kesalahan saat menetapkan alamat ataupun membuat mitra kurir harus menunggu untuk beberapa saat. Mahasiswa juga menyayangkan bahwa terdapat beberapa mitra kurir yang melakukan pembatalan orderan yang telah diproses tanpa ada alasan yang jelas dan menyebabkan mahasiswa harus menunggu lagi untuk menemukan mitra kurir yang baru. Penelitian terdahulu menunjukkan citra merk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Hasanah & Oktavia, 2022) sedangkan penelitian lain menunjukkan citra merk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Kurniawan & Hildayanti, 2019).

Berdasarkan fenomena yang terjadi dan inkonsistensi hasil penelitian (*Research Gap*) dari penelitian terdahulu, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Citra Merk Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Grab Express (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan mengenai latar belakang masalah tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen jasa Grab Express pada Mahasiswa Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil sebagai studi kasus?

2. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen jasa Grab Express pada Mahasiswa Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil sebagai studi kasus?
3. Apakah terdapat pengaruh citra merk terhadap kepuasan konsumen jasa Grab Express pada Mahasiswa Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil sebagai studi kasus?
4. Apakah terdapat pengaruh harga, kualitas pelayanan dan citra merk terhadap kepuasan konsumen jasa Grab Express pada Mahasiswa Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil sebagai studi kasus?

1.3 Ruang Lingkup

Ruang Lingkup yang dikaji dibatasi sebagai berikut :

1. Penelitian ini membahas tentang **“Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Citra Merk terhadap kepuasan konsumen jasa Grab Express (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil)”**

Dengan pemilihan variabel bebas:

X1: Harga

X2: Kualitas Pelayanan

X3: Citra Merk

Dan variabel terikat:

Y: Kepuasan Konsumen

2. Objek penelitian yang akan dilakukan pada mahasiswa Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Stambuk 2019 dengan waktu perkuliahan pagi dan sore hari.
3. Periode Pengamatan dalam penelitian ini adalah Juli 2022 – Januari 2023.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka adapun tujuan dilakukan penelitian ini antara lain:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen jasa Grab Express pada Mahasiswa Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil sebagai studi kasus.

2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen jasa Grab Express pada Mahasiswa Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil sebagai studi kasus.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra merk terhadap kepuasan konsumen jasa Grab Express pada Mahasiswa Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil sebagai studi kasus.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga, kualitas pelayanan dan citra merk terhadap kepuasan konsumen jasa Grab Express pada Mahasiswa Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil sebagai studi kasus.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk pihak-pihak terkait yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan wawasan mahasiswa Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil mengenai Grab Express sehingga dapat memahami tentang harga, kualitas pelayanan, dan citra merk dalam penggunaan jasa kurir *online* khususnya Grab Express.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu menyelesaikan masalah ketidakesesuaian ekspektasi yang dialami oleh mahasiswa Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil terkait pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan citra merk terhadap kepuasan konsumen jasa Grab Express.

1.6 Originalitas Penelitian

Penelitian yang dibuat oleh penulis merupakan replikasi dari penelitian terdahulu yang berjudul “Pengaruh Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Layanan Grab Food di Jombang” (Haqi & Rahmatika, 2020). Adapun perbedaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pada penelitian sebelumnya variabel independen yang digunakan yaitu harga dan kualitas pelayanan sedangkan pada penelitian ini penulis menambahkan satu variabel yaitu citra merk.

- a. Adapun alasan penambahan variabel citra merk karena citra merk merupakan sekumpulan asosiasi merk yang terbentuk dan melekat dibenak konsumen. Artinya, bahwa konsumen yang terbiasa menggunakan merk tertentu akan cenderung konsisten dengan merk tersebut. Karena konsumen merasa puas dengan merk tersebut (Kurniasih, 2021). Bisnis dapat berkembang dengan baik jika bisnis dapat dipelopori dengan citra merk yang baik, baik secara langsung maupun tak langsung yang mana akan berdampak pada rasa percaya dan kepuasan konsumen terhadap layanan atau jasa.
2. Objek pengamatan pada penelitian terdahulu adalah pelanggan Grab Food di Kota Jombang sedangkan pada penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil sebagai pengguna Grab Express.



UNIVERSITAS
MIKROSKIL