

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

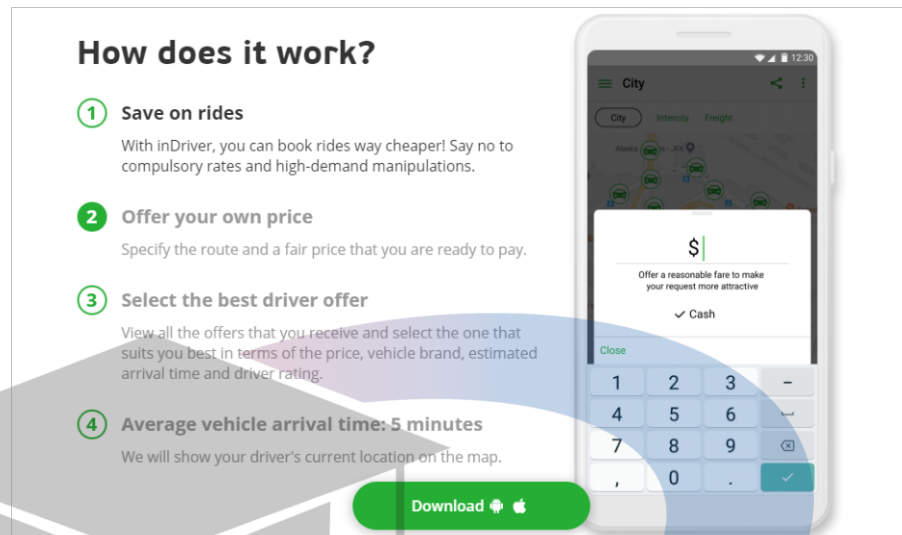
Kebutuhan transportasi ialah salah satu kebutuhan penting sebagai akibat dari kegiatan ekonomi, sosial, dan lain sebagainya yang menuntut penambahan mobilitas penduduk maupun sumber daya lainnya dengan cepat. Transportasi merupakan sarana yang umum digunakan untuk mengangkut barang atau manusia dari satu tempat ke tempat lainnya. Transportasi *online* menawarkan kemudahan, kenyamanan, biaya yang lebih murah, kenyamanan yang lebih menjamin, maka banyak konsumen yang beralih ke transportasi *online* [1]. Dengan adanya perkembangan teknologi informasi dan perkembangan dunia *online* menyebabkan ketergantungan masyarakat terhadap teknologi semakin tinggi. Internet dapat diakses oleh seluruh masyarakat yang memudahkan untuk mencari dan mengetahui informasi. Pemakaian internet tidak hanya khusus pada penggunaan informasi yang dapat diakses, melainkan dapat digunakan sebagai media melakukan transaksi perdagangan yaitu *Electronic Commerce* atau *E-commerce* [2]. Masyarakat mempunyai aktivitas yang beraneka ragam. Adanya teknologi informasi maka masyarakat dapat memanfaatkan waktu dengan efektif dan efisien. Salah satu perusahaan yang memanfaatkan *E-commerce* adalah perusahaan InDriver. InDriver adalah layanan transportasi penumpang, perusahaan ini beroperasi di Rusia, Meksiko, Thailand, Malaysia, Indonesia, dan lainnya [3].

Pertumbuhan transportasi *online* semakin pesat dan mengakibatkan persaingan yang ketat bagi perusahaan jasa yang pemasarannya dilakukan menggunakan *Smartphone*. Pengaruh akan dibatasinya masyarakat yang dapat memakai jasa transportasi *online* hanya pada golongan tertentu sehingga perusahaan InDriver melakukan strategi harga, promosi, kualitas layanan untuk menarik perhatian pelanggan dan membuat pelanggan merasa puas. Transportasi *online* “InDriver” ini merupakan perusahaan layanan yang terbilang masih baru di Medan, walaupun masih terkategori baru perusahaan InDriver mampu bersaing ditengah ketatnya usaha yang sejenis,

perusahaan Indriver juga memiliki banyak pelanggan salah satunya mahasiswa. Penggunaan InDriver cukup memesan melalui aplikasi pada *Smartphone* secara *online* dan akan dijemput oleh supir yang akan merespon pesanan pengguna atau calon penumpang.

Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain harga, promosi, dan kualitas layanan. Harga ialah bagian satu-satunya dari unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan bagi perusahaan [4]. Dalam menentukan harga, aplikasi online seperti Indriver, Gojek, dan Grab menghitung harga berdasarkan total jarak antara titik penjemputan dengan titik tujuan penumpang, tarif yang dikenakan bervariasi sesuai dengan jarak yang ditempuh. Berdasarkan hasil prasurvey yang dilakukan kepada beberapa mahasiswa Mikroskil, mahasiswa menyukai harga pada Indriver karena *relative* lebih murah dibandingkan dengan aplikasi *online* lainnya, namun pada Indriver tarif yang dikenakan wajib dibayar secara tunai (*cash*), berbeda dengan aplikasi *online* lainnya yang dapat dibayar melalui uang elektronik seperti (ovo dan gopay). Beberapa mahasiswa lebih melirik memakai uang elektronik, karena lebih memudahkan mereka. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu bahwa variabel harga berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan [5]. Penelitian lainnya menyatakan bahwa variabel harga tidak berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan [6].

Tidak hanya harga, promosi juga penting dalam memasarkan produknya [4]. Promosi menggambarkan sesuatu yang digunakan untuk memberitahukan dan membujuk pasar tentang suatu produk atau jasa yang baru pada perusahaan lewat iklan. Berdasarkan hasil prasurvey yang dilakukan kepada beberapa mahasiswa Mikroskil, mahasiswa mengenal InDriver dari teman ke teman, keluarga dan melalui iklan. Indriver juga menyediakan fitur negoisasi sehingga dapat melakukan negoisasi dengan *driver*. InDriver melakukan promosinya di berbagai sosial media, seperti instagram dan youtube. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu bahwa variabel promosi berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan [7]. Penelitian lainnya menyatakan bahwa variabel promosi tidak berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan [6].



gambar 1 Tampilan Indriver

Sumber: <https://indriver.com/en/caree>

Selain itu, kualitas layanan diyakini sebagai kunci utama untuk memenangkan persaingan. Perusahaan yang bergerak dibidang jasa harus menepatkan fokus kualitas layanan sebagai suatu cara untuk mendapatkan keunggulan kompetitif [8]. Kualitas layanan memberikan suatu dukungan kepada pelanggan untuk mempererat ikatan hubungan yang erat dengan perusahaan, yang memungkinkan perusahaan untuk mengetahui harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Berdasarkan hasil prasurvey yang dilakukan kepada beberapa mahasiswa Mikroskil, mahasiswa menyukai Indriver karena menyediakan fitur dimana pelanggan dapat memilih transportasi. Beberapa mahasiswa menyatakan bahwa layanan yang diberikan Indriver kurang, contohnya lokasi GPS yang kurang akurat, sehingga mahasiswa harus memberi petunjuk kepada *driver*-nya. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan [9]. Sedangkan penelitian lainnya menyatakan bahwa variabel kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap variabel kualitas layanan [10].

Berdasarkan hasil uraian latar belakang, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Indriver (Studi kasus pada Mahasiswa STIE Mikroskil).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana harga Indriver berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan mahasiswa STIE Mikroskil?
2. Bagaimana promosi Indriver berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan mahasiswa STIE Mikroskil?
3. Bagaimana kualitas layanan Indriver berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan mahasiswa STIE Mikroskil?
4. Bagaimana harga, promosi, dan kualitas layanan Indriver berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan mahasiswa STIE Mikroskil?

1.3 Ruang Lingkup

Pada penelitian ini, penulis membatasi pada pembahasan mengenai: Analisis Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indriver (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Mikroskil)

1. Variabel bebas: Harga(X1), Promosi(X2), Kualitas layanan(X3)
2. Variabel terikat: Kepuasan pelanggan (Y)
3. Objek Penelitian: Pelanggan InDriver
4. Periode penelitian: Desember 2020 s/d Mei 2021

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga Indriver terhadap kepuasan pelanggan mahasiswa STIE Mikroskil

2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh promosi Indriver terhadap kepuasan pelanggan mahasiswa STIE Mikroskil
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan Indriver terhadap kepuasan pelanggan mahasiswa STIE Mikroskil
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga, promosi, kualitas layanan Indriver terhadap kepuasan pelanggan mahasiswa STIE Mikroskil

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini dapat dilihat dari segi teoritis maupun praktis yaitu:

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi Indriver untuk menyelesaikan masalah yang timbul dalam penerapan harga, promosi dan kualitas layanan

2. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis dan bermanfaat untuk Indriver agar dapat merumuskan strategi pemasaran dan mempertahankan keunggulan serta mengembangkan inovasi baru dimasa yang akan datang

1.6 Originalitas

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian sebelumnya dengan judul “Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Go-jek Online Pada Mahasiswa Feb Unsrat Manado” yang dilakukan pada tahun 2018 [9].

Perbedaan penelitian sebelumnya dengan peneliti lakukan adalah:

1. Penelitian tersebut menggunakan variabel harga dan kualitas layanan, sedangkan penelitian ini menambahkan variabel promosi karena promosi bukan hanya sekedar pengenalan produk akan tetapi diikuti dengan memangkas harga, promosi juga menjadi satu pembeda suatu produk dari produk lainnya, membuat kelebihan dari suatu produk tersebut dan membuat daya tarik akan suatu produk terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan produk tersebut [7].

2. Penelitian tersebut menggunakan objek penelitian mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi (Unsrat) Manado. Sedangkan penelitian ini dilakukan dengan objek mahasiswa STIE Mikroskil Medan.

