

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan era globalisasi saat ini telah banyak berubah saat ini terutama perkembangan teknologi yang berkembang begitu pesat, dahulu mungkin alat komunikasi terbatas dan penggunaannya pun hanya bisa untuk berkomunikasi saja, berbeda dengan era 4.0 saat ini dengan teknologi semua terasa pada genggam tangan saja yaitu handphone alat komunikasi yang bisa dibawa kemana-mana ini hampir semua orang mempunyainya, atau bisa disebut dengan smartphone. Menurut Susilo (2019:10) minat generasi milenial terhadap perubahan dan kemajuan teknologi cukup besar, terutama penggunaan media telekomunikasi berbasis internet seperti smartphone untuk berbagai keperluan. Suranto (2015:11) Menjelaskan dari bangun tidur hingga tidur kembali, bahkan selama tidur, remaja selalu melakatkan HP di sisinya. HP adalah simbol teknologi modern dan simbol hidup modern. Kemajuan teknologi yang dilengkapi dengan fitur dan adanya internet juga perkembangan transportasi yang ramai membuat para investor tertarik untuk menciptakan aplikasi transportasi.

Besarnya peranan transportasi bagi kehidupan manusia menyebabkan bisnis di bidang jasa transportasi semakin meningkat. Transportasi yang dahulu masyarakat banyak menggunakan transportasi tradisional seperti bajaj, dokar, becak bahkan berjalan kaki, untuk mengakses satu tempat ke tempat lainnya yang bisa memerlukan waktu yang cukup lama, lalu berkembang ada sepeda, motor, mobil dan untuk berpergian jauh pun tersedia transportasi seperti kereta api, bus

yang aksesnya pun mudah dijangkau saat ini. Dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan transportasi yang cepat dan mudah maka munculah bisnislayanan transportasi online. Menurut Harsono (2012:238) kondisi lingkungan saat ini ditandai dengan perubahan besar yang saling terkait serta membentuk serta membentuk usaha yang saling kompetitif. Saat ini sudah banyak transportasi online salah satu pencetus layanan aplikasi berbasis online yang diberi nama Gojek yaitu Nadiem Makarim pada tahun 2010 menjadi perusahaan yang memelopori revolusi industri transportasi ojek berbasis online di Indonesia. Pengguna Gojekpun dari berbagai kalangan dari pelajar sampai pekerja. Di kota-kota besar sudah banyak kita jumpai seperti di Medan sendiri Gojek hadir pada tahun 2015, saat ini sudah menyebar hampir disudut kota, di jalan area sekitar kampus maupun restoran. Pada awal kemunculannya menarik perhatian pelanggan walaupun adanya pro kontra oleh para tukang ojek konvensional yang merasa tersaingi dan dirugikan adanya Gojek karena dirasa harga yang diberikan lebih murah dibandingkan ojek konvensional. Tidak hanya untuk antar-jemput, Gojek pun menyediakan berbagai layanan lain seperti GoFood yang dapat menjemput makanan favorite anda dari mana saja sesuai pesanan anda, kemudian ada GoMart salah satu layanan Gojek yang siap sedia untuk membelanjakan kebutuhan anda sehari-hari dan masih banyak lagi fitur-fitur yang di berikan oleh Gojek Indonesia. Gojek memanfaatkan media elektronik, dengan itu akses untuk pemesanan Gojek lebih mudah bagi konsumen khususnya di kota medan.

Meski Go-Jek sudah tidak asing lagi bagi masyarakat, pengguna atau pelanggan yang sering melakukan transaksi menggunakan aplikasi penyedia jasa

transportasi ini mayoritas adalah mereka yang memiliki kemudahan akses dan kemampuan untuk mengoperasikan *smartphone*, khususnya mahasiswa. Tingginya tingkat mobilitas mahasiswa membuka peluang mereka untuk menggunakan aplikasi ini. Mahasiswa cenderung memiliki banyak aktivitas, seperti pulang pergi ke kampus, berorganisasi, dan melakukan aktivitas sosial, sering memanfaatkan aplikasi transportasi online ini.

Pelayanan di bidang transportasi harus tetap memperhatikan kenyamanan, keamanan dan kepuasan konsumen mereka. Jika konsumen puas dengan layanan yang diberikan oleh Go-Jek, Pelanggan Go-Jek akan menggunakan layanan Go-Jek berulang kali yang kemudian bisa menjadi pelanggan yang loyal. Go-Jek Indonesia memiliki peluang untuk menjadi pemimpin pasar dan ini akan membuat perusahaan tersebut lebih maju dan dipercaya oleh pelanggan di Indonesia, khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Medan . Sebagai perusahaan jasa Tentu saja, Go-Jek juga telah berusaha menerapkan harga, promosi, dan kualitas layanan yang sesuai strategi agar menarik konsumen untuk menggunakan kembali layanan Go-Jek. Faktor yang mendukung kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan dan harga.

Kepuasan pelanggan adalah pengukuran mengenai senang atau tidak senangnya konsumen setelah menggunakan suatu produk atau jasa. Kepuasan juga diartikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, konsumen akan tidak puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, konsumen akan puas. Menurut Irawan dalam

Firmansyah (2018, h.134) kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh lima faktor, antara lain; pertama, kualitas produk yaitu pelanggan puas kalau setelah membeli dan menggunakan produk tersebut ternyata kualitas produknya baik. Kedua, harga yaitu untuk pelanggan yang sensitif, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena pelanggan akan mendapatkan value for money yang tinggi. Ketiga, service quality yaitu kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru, kualitas pelayanan merupakan driver yang mempunyai banyak dimensi, salah satunya yang populer adalah Servqual. Servqual yaitu suatu peralatan untuk mengukur kualitas dari pelayanan oleh sebuah informasi dari penyedia pelayanan. Keempat, Emotional Factor yaitu pelanggan akan merasa puas (bangga) karena adanya emosional value yang diberikan oleh brand dari produk tersebut. Kelima, biaya dan kemudahan yaitu pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan. Kepuasan pelanggan sangat penting untuk perusahaan, maka Gojek harus menerapkan strategi-strategi seperti memberikan pelayanan yang baik, aman, dan cepat guna memberikan kepuasan pada pelanggan. Namun saat ini masih banyak pelanggan yang merasa tidak puas terhadap Gojek, hal ini terlihat dari banyaknya keluhan pelanggan terhadap Gojek seperti keluhan pelayanan, tarif harga, dan lainnya.

Kualitas pelayanan yang tepat dapat membuat konsumen merasa puas terhadap pelayanan tersebut. Pelayanan yang baik adalah kemampuan pengusaha untuk memberikan dan menunjukkan sikap yang menyenangkan kepada konsumen maupun kepada pelanggan yang datang. Pelayanan juga mencakup semua fasilitas yang tersedia dengan layanan yang baik, perusahaan akan mampu mengungguli para

pesaingnya. Gojek harus memberikan kualitas pelayanan yang lebih agar terciptanya kepuasan konsumen sehingga konsumen tidak beralih ke jasa transportasi ojek online lainnya.

Buruknya kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen akan menyebabkan banyaknya kerugian yang dialami oleh perusahaan. Konsumen yang kecewa bukan hanya akan meninggalkan perusahaan, tetapi juga akan menceritakan keburukan kualitas pelayanan yang dirasakan kepada orang lain. Selain itu, perusahaan akan lebih banyak mengorbankan biaya agar bisa mendapatkan konsumen baru.

Berdasarkan data yang diperoleh pada survey awal, ditemukan beberapa komentar keluhan para konsumen yang telah menggunakan jasa transportasi ojek online (Gojek). Berikut adalah beberapa keluhan yang ditemukan pada media sosial Gojek:



**Gambar 1. 1** *Keluhan Konsumen tentang kualitas pelayanan driver Gojek*

Sumber: *Media Sosial Gojek, Tahun 2023*

Dari komentar keluhan diatas, dapat dilihat bahwa sebagian konsumen yang menggunakan jasa transportasi ojek online (Gojek) masih belum merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh driver Gojek. apabila hal ini dibiarkan terus menerus, akan menyebabkan pelanggan menjadi tidak puas.

Selain kualitas pelayanan, harga juga menjadi salah satu faktor pendorong konsumen untuk menggunakan jasa layanan online. Dari sudut pandang pemasaran, Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa (Kotler dan Amstrong, 2008:283).

Menurut Tjiptono (2011:151) menyebutkan bahwa harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa. Harga merupakan satuan rupiah yang harus dibayarkan oleh konsumen karena telah mendapatkan barang atau jasa (Qomariah, 2016)

Faktor harga sangat mempengaruhi keputusan untuk menggunakan jasa, Go-Jek sebagai perusahaan jasa memberikan penawaran yang relatif terjangkau dibandingkan dengan perusahaan jasa lainnya, harga diskon yang diberikan sehingga membuat konsumen tertarik untuk menggunakan jasa mereka.

Berdasarkan data yang diperoleh pada survey awal, ditemukan beberapa komentar keluhan para konsumen yang telah menggunakan jasa transportasi ojek

online (Gojek) mengenai harga layanan gojek. Berikut adalah beberapa keluhan yang ditemukan pada media sosial Gojek



**Gambar 1. 2 Keluhan Konsumen tentang harga**

*Sumber : Media Sosial Gojek, Tahun 2023*

Dari komentar keluhan diatas, dapat dilihat bahwa sebagian konsumen yang menggunakan jasa transportasi ojek online (Gojek) merasa harga yang diberikan Gojek lebih mahal dibandingkan ojek online lainnya. Gojek perlu memahami keluhan-keluhan konsumen agar dapat mempertahankan konsumen yang sudah ada dan menarik konsumen baru.

Tabel 1. 1 Perbandingan harga gojek dan kompetitor lain

<i>Nama Aplikasi</i>	<i>Tarif Umum</i>	<i>Tarif Jam Sibuk</i>
<i>Go Ride</i>	<i>Rp.4.000/km</i>	Pagi : 06.00-09.00 Sore : 16.00- 20.00 Rp.8.000/km <i>Rp.2.500/4 km keatas</i>
<i>Grab Bike</i>	Rp.1.500/km, <i>Rp.2.500/12 km keatas</i>	Pagi : 06.00-09.00 Sore : 16.00-20.00 Setiap perjalanan <i>ditambah Rp.2.500</i>
<i>Maxim</i>	Perjalanan dalam kota mulai Rp. 8000 mencakup 3.05km Pertama  Tarif Berikutnya Rp. 2100.00 Per KM	Pagi : 06.00-09.00 Sore : 16.00- 20.00
<i>InDriver</i>	Rp.1.850/12 km, <i>Rp.2.300/km ( tarif atas )</i>	Pagi : Senin – Jumat Mulai Pukul 06.00 – 09.00  Sore : Senin – Jumat Mulai Pukul 16.00 – 19.00

Sumber : Infojek.com

Dari perbandingan gambar diatas antara Go-Jek, Grab,Maxim, dan InDriver bisa di simpulkan bahwa, Ongkos Gojek menetapkan tarif sebesar Rp.4.000 (Empat ribu rupiah)per km dan untuk di jam sibuk Gojekmenetapkan Rp. 8.000/km (delapan ribu rupiah) dan Gojek akan menambah Rp. 2.500,00 (dua ribu lima ratus rupiah) per empat kilometer ke atas. Jam sibuk Gojek biasanya antara pukul 06.00 hingga 09.00 pagi dan pukul 16.00 hingga 20.00 sore. Sedangkan Tarif yang dikenakan Grab adalah Rp. 1.500,00 (Seribu lima ratus rupiah) per km. Untuk perjalanan diatas 12km tarif menjadi Rp. 2.500,00 (Dua ribu lima ratus rupiah) untuk jam normal dan bisa naik menjadi 2.500,00 (Dua ribu lima ratus rupiah) per km di jam sibuk. Selanjutnya, Maxim menetapkan tarif mulai dari Rp. 8000 (Delapan ribu rupiah) untuk 3.05 km pertama, tarif berikutnya maxim menetapkan Rp. 2100 (Dua ribu seratus rupiah) per Km.Selanjutnya, InDrive menetapkan Rp. 1850 (Seribu delapan ratus limapuluh) per 12km dan untuk tarif atas InDrive menetapkan tarif Rp. 2.300/km. Dari data di atas terlihat bahwa InDrive dan Maxim membebankan tarif yang lebih murah dibandingkan Grab dan Gojek. Grab dan Gojek membebankan tarif yang cukup tinggi, hal ini menjadi kendala bagi Gojek untuk memberikan kepuasan kepada pelanggannya agar tetap menggunakan gojek.

Fenomena yang terjadi pada gojek yang terdapat didalam kualitas pelayanan kurang memuaskan. Masih banyak driver yang kurang ramah kepada pelanggan dan terkadang pengguna aplikasi gojek membuat titik

dropup tidak sesuai dengan letak GPS. Kenaikan harga yang dinamis pada waktu tertentu seperti pada waktu macet, hujan dan weekend, membuat pengguna aplikasi gojek merasa resah. Kepuasan pelanggan kurang optimal dilihat dari sudut pandang pelayanan driver terhadap pelanggan. Sikap dan perilaku driver berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Peneliti melakukan survey pra penelitian untuk melihat kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan stambuk 2019 - 2022 saat menggunakan aplikasi Gojek dari aspek kualitas pelayanan dengan cara membagikan form secara online kepada 30 orang responden yang diambil secara acak dari 2.522 orang mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan stambuk 2019 - 2022 yang sudah pernah menggunakan aplikasi Gojek dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 1. 2 Pra survey kualitas pelayanan**

<b>Pertanyaan</b>	<b>Setuju</b>	<b>Tidak Setuju</b>	<b>%</b>
Driver Gojek menggunakan sepeda motor yang relative baik	12	18	40%
Kemampuan pelayanan driver dapat dipercaya dalam menjaga keselamatan berkendara	10	20	33,33%
Driver Gojek menjemput dan mengantarkan pelanggan dengan tepat waktu	15	15	50%
Driver Gojek memberikan rasa aman dan nyaman kepada pelanggan	14	16	46,67%
Driver Gojek berkomunikasi dengan baik terhadap pelanggan	9	21	30%

*Sumber : survey pra penelitian*

Berdasarkan Tabel 1.2 menunjukkan bahwa hasil survey kualitas pelayanan yang dilakukan peneliti memberikan gambaran bahwa pelayanan yang diterima Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan stambuk 2019 -2022 Universitas Negeri Medan yang sudah pernah menggunakan aplikasi Gojek masih kurang baik. Konsumen menilai motor yang digunakan pengemudi tidak sama dengan aplikasi Gojek , nomor driver tidak aktif dan driver tidak sama seperti yang terdaftar di Gojek. Layanan yang diberikan juga tidak memenuhi standar dan beberapa konsumen juga mengatakan bahwa mereka sering menerimateror melalui SMS yang tidak sopan karna diberikan ulasan buruk oleh konsumen. Untuk melihat lebih jelas lagi mengenai kepuasan konsumen, peneliti kembali melakukan survey pra penelitian melalui aspek harga dengan membagikan form secara online kepada 30 Mahasiswa Jurusan Manajemen stambuk 2019 - 2022 Universitas Negeri Medan yang sudah pernah menggunakan aplikasi Gojek dengan hasil sebagai berikut :

**Tabel 1. 3 Pra survei Harga Gojek**

<b>Pertanyaan</b>	<b>Setuju</b>	<b>Tidak Setuju</b>	<b>%</b>
Tarif Gojek terjangkau masyarakat	13	17	43,33%
Tarif Gojek yang ditetapkan sesuai dengan fasilitas yang tersedia	12	18	40%
Pada saat menggunakan jasa Gojek tarif yang ditetapkan sesuai dengan layanan yang diberikan	12	18	40%
Tarif Gojek sangat bersaing dengan ojek konvensional	16	14	46,67%
Tarif Gojek sesuai dengan manfaat yang saya harapkan pada saat menggunakannya.	12	18	40%

*Sumber: Survey Pra Penelitian*

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa harga Gojek masih tidak sesuai dengan fasilitas yang diberikan untuk kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan stambuk 2019 - 2022 yang sudah pernah menggunakan aplikasi Gojek, dimana kebanyakan dari 30 mahasiswa menjawab tidak setuju untuk 5 pertanyaan tersebut.

Berdasarkan dari data-data yang didapat serta fenomena yang terjadi saat ini, dan referensi dari penelitian terdahulu, penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana suatu kualitas pelayanan dan harga dari sebuah jasa transportasi online yang menjadi pilihan banyak pelanggan dalam memberikan kepuasan pelanggan tersebut. Oleh karena itu, penulis melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Gojek Pada Mahasiswa Ekonomi Universitas Negeri Medan”**.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi masalah dalam penelitian ini antara lain, adalah:

1. Terdapat beberapa pelanggan yang merasa kurang puas terhadap kualitas pelayanannya seperti driver kurang ramah terhadap pelanggan, dan tidak diberikannya jas hujan untuk penumpang
2. Kenaikan harga yang dinamis pada waktu tertentu seperti pada waktusibuk, hujan dan weekend
3. Kepuasan pelanggan kurang optimal dilihat dari sudut pandang pelayanan driver terhadap pelanggan. Setiap pelanggan yang menggunakan jasa transportasi online ingin mendapatkan pelayanan terbaik. Kepuasan yang dirasakan konsumen menentukan konsumen akan memakai produk/jasadalam jangka yang panjang.

### 1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian yang dilakukan lebih fokus maka perlu adanya pembatasan masalah. Fokus penelitian ini hanya terbatas pada pengguna aplikasi Gojek Medandan variabel penelitian hanya dibatasi pada kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

### 1.4 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Gojek pada Mahasiswa Universitas Negeri Medan?
2. Apakah ada pengaruh harga terhadap kepuasan pengguna aplikasi Gojek pada Mahasiswa Universitas Negeri Medan?
3. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pengguna aplikasi Gojek pada Universitas Negeri Medan.

### 1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang dilakukan antara lain adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Gojek pada Mahasiswa Universitas Negeri Medan
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pengguna aplikasi Gojek pada Mahasiswa Universitas Negeri Medan
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pengguna aplikasi Gojek pada mahasiswa Universitas Negeri Medan.

## 1.6 Manfaat Penelitian

### 1. Bagi Penulis

Menambah pengetahuan dan wawasan penulis dalam memahami pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen

### 2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai pengaruh kualitas pelayanan, harga, terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi Gojek, sehingga dapat menjadi masukan bagi perusahaan PT. Gojek Indonesia untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen.

### 3. Bagi Unimed

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat sebagai bahan referensi dan bahan pembelajaran mengenai penerapan ilmu manajemen pemasaran khususnya yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen.

### 4. Manfaat peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan rujukan dan masukan bagi penelitian selanjutnya serta sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan yang menghadapi permasalahan yang sama.