

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Di era modern saat ini alat transportasi dan komunikasi tidak dapat di pisahkan karena telah menjadi kebutuhan dasar masyarakat, oleh karena itu kesinambungan antara ketersediaan pelayanan jasa transportasi dan komunikasi dalam memenuhi kebutuhan aktivitas produksi, konsumsi dan distribusi harus memperhatikan secara berkelanjutan. Transportasi memiliki peran penting bagi masyarakat dalam membantu mobilitas yang mendukung pekerjaan sehari-hari.

Adanya jasa transportasi yang memberikan kemudahan pelayanan kepada konsumennya menjadikan peluang usaha yang menjanjikan untuk mendapatkan loyalitas pelanggan, untuk mendapatkan loyalitas pelanggan perusahaan harus mempunyai strategi pemasaran yang baik dan tepat agar dapat mempengaruhi loyalitas pelanggannya. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa transportasi, yaitu kualitas pelayanan yang diberikan, kepuasan yang didapatkan, serta apa yang dirasakan oleh pelanggan, dan nilai yang difikirkan pelanggan.

Menurut Kotler dan Keller (2009;139), Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja kinerja yang dipersepsikan terhadap barang atau jasa terhadap ekspektasi mereka. Kinerja yang sesuai ekspektasi dengan ekspektasi, pelanggan merasakan puas. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan merasa tidak puas. Bila kinerja melebihi ekspektasi pelanggan merasa sangat puas.

Kepuasan pelanggan terbentuk ketika apa yang dirasakan menghasilkan pelanggan merasa senang ataupun kecewa sehingga apa yang muncul setelah menggunakan jasa tersebut akan loyal. Sehingga perusahaan membandingkan kinerja serta hasil produk yang difikirkan akan terhadap kinerja yang diharapkan. Jadi seseorang yang merasa puas jika hasil yang didapat memenuhi harapannya, sedangkan seseorang yang merasa tidak puas jika hasil yang didapat tidak memenuhi harapannya. Penelitian-penelitian terdahulu telah menjelaskan pentingnya kepuasan konsumen seperti Fuji, dkk (2016); Purnamasari (2015); Panjaitan dan Yuliati (2016); dan Rozi & Sukaris (2020), yang mana kepuasan tersebut dikaitkan dengan kualitas layanan dalam bisnis jasa.

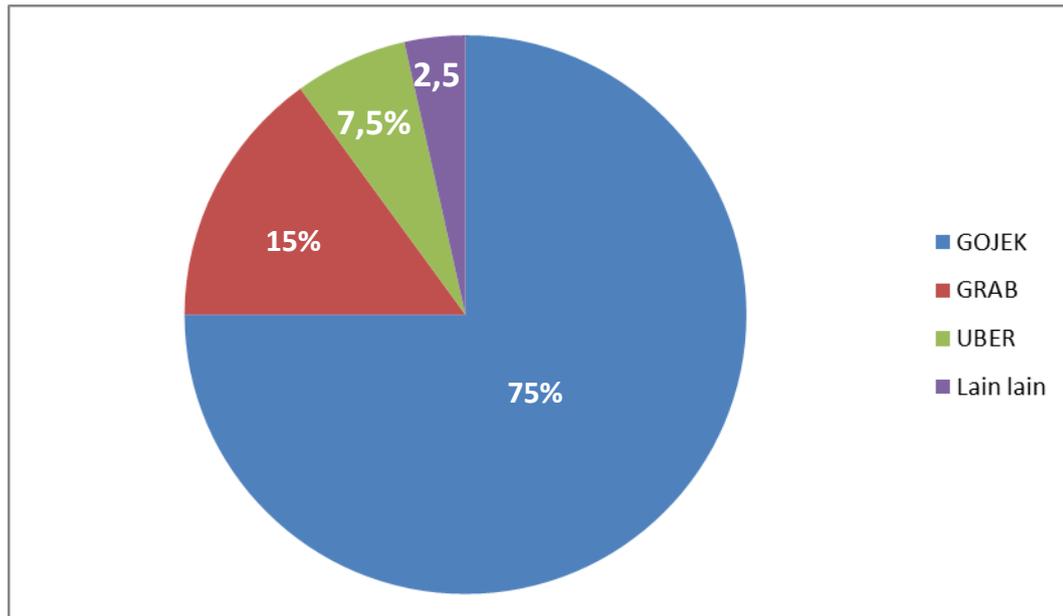
GOJEK adalah perusahaan teknologi yang bergerak dibidang pelayanan transportasi ojek. Dengan adanya aplikasi Gojek maka ojek dengan penumpangnya akan terhubung melalui aplikasi GOJEK, sehingga penumpang lebih mudah dalam hal pemesanan. Perusahaan ini didirikan di Jakarta pada tahun 2010. GOJEK merupakan salah satu perusahaan yang berjiwa sosial yang membuat perubahan diindustri tranportasi ojek. Tujuan dari perusahaan GOJEK yaitu bermitra kepada pengendara ojek yang sudah berpengalaman serta dalam meningkatnya peminat pelanggan sehingga GOJEK dapat berkembang di kota-kota besar seperti Bandung, Daerah Khusus Jakarta, Surabaya,dan Bali serta kota-kota lainnya.

Pelayanan yang diberikan GOJEK seperti *GoRide*, *GoCar*, dan *GoBluebird* layanan transportasi, *GoFood* layanan yang dapat menjemput makanan dari restoran atau tempat yang tersedia, *GoSend* layanan kurir instan, *GoPulsa* layanan yang memberikan untuk pengisian pulsa, dan layanan lainnya

seperti *GoPoints*, *GoNearby*, *GoBills*, *GoShop*, *GoMart*, *GoBox*, *GoMassage*, *GoDaily*, *GoClean*, *GoFix*, *GoLaundry*, *GoGlam*, *GoTix*, *GoAuto*, *GoMed*, *GoGames*, *GoPlay*.

Dimasyarakat, GOJEK sudah tidak asing lagi ditelinga khususnya kota Gresik, yang membuat penyedia jasa ingin pelanggan merasa nyaman dan puas. Sehingga mereka yang merasa puas akan menggunakan jasa ini berkali-kali agar menjadi pelanggan setia (*loyal customer*). Dan perusahaan GOJEK menjadi market leader serta dipercaya oleh pelanggan Indonesia.

Dari beberapa pendapat dari konsumen Gojek mengatakan bernama Reza Rizqi Wahyudi alamat Dahanrejo mengatakan kadang-kadang menggunakan jasa layanan GOJEK dan ia merasa puas karena praktis dan merasa nyaman. Konsumen lainnya bernama Dewi Ayu Gandini alamat Dahanrejo mengatakan sering menggunakan jasa layanan GOJEK dan ia merasa puas karena lebih memudahkan. Selanjutnya konsumen bernama Meyristiana mengatakan sering menggunakan jasa layanan GOJEK dan ia merasa puas ketika menggunakan GOJEK karena mempermudah ketika membutuhkan, seperti pesan makanan tanpa antri dan dapat menunggu makanannya di rumah. Kemudian konsumen bernama Salsa alamat Jl. Banjar Baru 8 no. 14 mengaku sering menggunakan jasa layanan GOJEK dan ia merasa puas karena ketika malas untuk keluar rumah dengan adanya GOJEK sangat membantu. Sedangkan konsumen bernama Faisal alamat perum City9 B15 mengatakan sangat sering menggunakan GOJEK dan ia merasa sangat puas ketika menggunakan jasa dari GOJEK karena lebih efektif. Berikut merupakan diagram presentase perbandingan jasa ojek online yang ada di Kota Gresik:



*Sumber: data kuisisioner yang telah diolah tahun 2020*

#### **Data Gambar 1.1 Konsumen Pengguna Ojek Online di Gresik 2020**

Berdasarkan diagram diatas layanan ojek online yang lebih mendominasi diminati oleh konsumen adalah GOJEK. Presentase konsumen yang menggunakan jasa ojek online GOJEK di Kota Gresik mencapai 75% sedangkan jika dibanding dengan pesaingnya yaitu GRAB dengan presentase 15% dan UBER dengan presentase 6,5% serta sisanya 3,5% menggunakan jasa yang lainnya.

GOJEK menjadi dominasi jasa ojek online yang di minati masyarakat Gresik. Ada beberapa faktor yang membuat Gojek menjadi favorit dimata konsumennya yaitu adanya layanan GoRide dari Gojek menurut beberapa orang konsumen lebih aman, lebih dapat diandalkan, lebih nyaman, lebih ramah.

Berdasarkan latar belakang penelitian yang sudah dijelaskan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas

Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasa Transportasi GOJEK di Kota Gresik”.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Melihat hal-hal yang berkaitan di latar belakang diatas maka penulis ingin mengetahui apa saja yang berkaitan dengan pelayanan yang diberikan perusahaan GOJEK terhadap konsumen agar konsumen merasa puas oleh karena itu penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Berwujud (tangible) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen GOJEK ?
2. Apakah Keandalan (reliability) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen GOJEK ?
3. Apakah Tanggapan (responsiveness) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen GOJEK ?
4. Apakah Jaminan (assurance) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen GOJEK ?
5. Apakah Empati (empathy) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen GOJEK?
6. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen GOJEK ?

## **1.3. Tujuan penelitian**

Tujuan yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh Berwujud (tangible) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen GOJEK.

2. Untuk mengetahui pengaruh Keandalan (reliability) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen GOJEK.
3. Untuk mengetahui pengaruh Ketanggapan (responsiveness) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen GOJEK.
4. Untuk mengetahui pengaruh Jaminan (assurance) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen GOJEK.
5. Untuk mengetahui pengaruh Empati (empathy) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen GOJEK.
6. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen GOJEK.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan hasil penelitian ini, diharapkan akan diperoleh informasi yang dapat bermanfaat antara lain :

1. Bagi Akademis  
Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi yang sama terhadap penelitian selanjutnya di bidang yang sama.
2. Bagi Penulis  
Penelitian ini bermanfaat dalam mengimplementasikan ilmu yang didapat selama kuliah dan menambah wawasan mengenai kepuasan konsumen.