

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semakin tingginya tuntutan mobilitas masyarakat, tentunya membutuhkan sarana transportasi yang dapat memberikan pergerakan dan perpindahan dari satu tempat ke tempat lain dengan cepat. Mulai dari penggunaan binatang sebagai transportasi, hingga mesin saat ini. Dengan majunya teknologi sangatlah membantu masyarakat akan tuntutan mobilitas. Revolusi industri berperan penting dalam transformasi masyarakat menggunakan mesin. Begitupula saat ini, yang dimana mulai terjadinya transformasi dari transportasi tradisional ke *online*.

Saat ini, masyarakat sudah mulai menggunakan transportasi *online*. Transportasi *online* mulai merambak sejak kemunculan Uber di Amerika Serikat pada Maret 2009. Di Indonesia, kemunculan transportasi *online* diawali dengan GO-JEK. Bermula di tahun 2010 sebagai perusahaan transportasi roda dua melalui panggilan telepon, GO-JEK kini telah tumbuh menjadi *on-demand mobile platform* dan aplikasi terdepan yang menyediakan berbagai layanan lengkap mulai dari transportasi, logistik, pembayaran, layan-antar makanan, dan berbagai layanan *on-demand* lainnya (www.go-jek.com). Hampir tidak ada yang tidak bisa dilakukan di GO-JEK. GO-JEK pun sudah memperluas wilayah operasinya ke beberapa wilayah seperti, Bandung, Semarang, Surabaya, Medan, bahkan Padang.

GO-JEK sendiri beroperasi di Kota Padang sejak April 2017. Semakin

tingginya persaingan antara perusahaan transportasi *online*, membuat masing-masing perusahaan mencari cara baru untuk mempertahankan pelanggan mereka. Awalnya GO-JEK di Padang cuma melayani GO-RIDE, GO-FOOD, GO-SEND. Namun seiring waktu, dan semakin banyaknya permintaan, sudah semakin banyak layanan GO-JEK yang tersedia di Padang. Bahkan layanan GO-LIFE sekarang sudah bisa di akses, warga Padang pun sudah bisa memesan layanan bersih-bersih rumah, cuci mobil, serta pijat refleksi dengan hanya menggunakan aplikasi. Permintaan yang tinggi ini pula yang membuat GO-JEK sudah menjadi kebutuhan warga Kota Padang.

Satisfaction is a person's feelings of pleasure or disappointment that result from comparing a product's perceived performance (or outcome) to expectations (Kotler & Keller, 2016). *Customer satisfaction* terhadap pembelian suatu produk atau jasa tergantung kepada kinerja produk aktual, sehingga sesuai dengan harapan pembeli. Konsumen yang puas cenderung menjadi konsumen yang loyal, sehingga apabila tingkat kepuasan konsumen meningkat, akan diikuti dengan tingkat loyalitas konsumen. Kepuasan yang diperoleh seorang konsumen dapat meningkatkan intensitas membeli dari konsumen tersebut. Dengan terciptanya kepuasan konsumen yang optimal, maka mendorong terciptanya loyalitas di benak konsumen yang merasa puas tadi.

Semakin tingginya tingkat persaingan, akan menyebabkan pelanggan menghadapi lebih banyak alternatif produk, harga dan kualitas yang bervariasi, sehingga pelanggan akan selalu mencari nilai yang dianggap

paling tinggi dari beberapa produk (Kotler & Keller, 2016). Tingginya persaingan membuat perusahaan selalu mencari cara agar membuat konsumen puas dengan produk yang diberikan. Untuk mendapatkan *customer satisfaction*, perusahaan selalu berusaha memberikan *service quality* terbaik, agar konsumen yang tetap setia dengan produk yang diberikan.

Objek penelitian ini adalah Konsumen GO-JEK di Kota Padang, hal ini dikarenakan GO-JEK merupakan perusahaan transportasi *online* yang paling dikenal bagi masyarakat Kota Padang. Dari pengamatan peneliti, sebelum konsumen memberikan bintang pada survei kepuasan, mereka memperhatikan layanan, harga pada angkutan *online* tersebut. Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti mengambil penelitian dengan judul **Pengaruh *Price* dan *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* Transportasi *Online* (Studi Pada Konsumen GO-JEK di Kota Padang).**

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini dapat di rumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pengaruh Harga terhadap *Customer Satisfaction* pada konsumen GO-JEK di Kota Padang?
2. Bagaimanakah pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* pada konsumen GO-JEK di Kota Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk melihat pengaruh *Price* terhadap *Customer Satisfaction* pada konsumen GO-JEK di Kota Padang
2. Untuk melihat pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* pada konsumen GO-JEK di Kota Padang

1.4 Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

- a. Bagi Akademisi, sebagai salah satu upaya untuk memperbanyak referensi akademisi, khususnya Universitas Andalas mengenai pengaruh *Price*, *Service Quality* dan *Customer Satisfaction*.
- b. Bagi Praktisi, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi praktisi untuk pengambilan keputusan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memperhatikan *Price*, dan *Service Quality*.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Sebagai batasan analisis dari penelitian ini, peneliti akan memfokuskan pada *Price*, *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* yang bertujuan untuk mencegah terjadinya perluasan dan kekacauan dalam pembahasan

1.6 Sistematika Penelitian

Secara garis besar sistematika penelitian adalah sebagai berikut :

Bab I : Pendahuluan

Terdiri dari latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup pembahasan dan sistematika penulisan.

Bab II : Landasan Teori

Pada bab ini di uraikan tentang pengertian *Price*, *Service Quality* dan *Customer Satisfaction*.

Bab III : Metodologi Penelitian

Pada bab ini berisikan desain penelitian, populasi dan sampel penelitian, jenis dan sumber data, definisi variabel, analisis statistik deskriptif.

Bab IV : Analisis Data dan Pembahasan

Merupakan bab yang berisikan hal-hal mengenai analisis data dan hasil yang diperoleh serta pembahasan dari penelitian yang dilakukan.

Bab V : Penutup

Terdiri dari bagian kesimpulan, keterbatasan, dan saran penelitian selanjutnya

