

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Sebelum era globalisasi, transportasi telah digunakan dalam kehidupan masyarakat. Sebelum tahun 1800 alat pengangkutan yang digunakan berupa tenaga manusia, hewan dan sumber tenaga dari alam. Perkembangan zaman telah membuat sistem transportasi yang tradisional menjadi modern, hal ini terbukti bahwa dengan adanya transportasi online pada masyarakat memberikan banyak manfaat dan kemudahan yang memegang peranan penting bagi kehidupan (Abbas Salim,2006).

Di era modern seperti saat ini kita ketahui bahwa transportasi menjadi salah satu faktor penunjang penting dalam kehidupan sehari-hari terutama di daerah perkotaan. Dengan adanya transportasi sangatlah mempermudah segala kegiatan atau pekerjaan manusia dimana dan kapanpun mereka berada. Transportasi merupakan sarana perkembangan yang dapat membantu perekonomian di suatu negara, perkembangan masyarakat serta pertumbuhan industrialisasi yang dapat membantu perekonomian yang baik di suatu daerah bahkan di suatu negara (Abbas Salim,2006).

Di Indonesia, ojek berbasis online/Go-Jek memang sedang booming dibicarakan. Ojek online tersebut hanya menjangkau kota-kota besar yang ada di Indonesia, seperti Jakarta, Bali, Bandung, Semarang, Surabaya, Yogyakarta, Medan, Makassar, Padang dan Bukittinggi. PT.Go-Jek bermula berdiri di tahun 2010 yang didirikan oleh Nadiem Makarim sebagai perusahaan transportasi roda dua melalui

panggilan telepon, Go-Jek menyediakan berbagai layanan lengkap mulai dari transportasi, *logistic*, pembayaran, layanan-antar makanan, dan berbagai layanan *on-demand* lainnya. Dengan banyak layanan yang tersedia, layanan tersebut dapat diperoleh oleh masyarakat luas melalui aplikasi Go-Jek yang bisa didownload di *Smartphone android* dan *iPhone* yang dimiliki konsumen. Perusahaan jasa transportasi berbasis online, Go-Jek memperluas layanannya ke beberapa sejumlah di Sumatera Barat, setelah sebelumnya beroperasi di Kota Padang, Padang Panjang, Bukittinggi dan Payakumbuh. Go-Jek pertama kali hadir di Kota Padang mulai 1 April 2017 lalu, dan beberapa bulan kemudian atau tepatnya di bulan Agustus 2017, perusahaan yang didirikan oleh Nadiem Makarim itu memperluas layanan bisnisnya ke Kota Bukittinggi yang mencakup layanan di Padang Panjang, dan Payakumbuh ([www.gsumbar.com](http://www.gsumbar.com)).

Banyak masyarakat yang lebih memilih untuk menggunakan jasa ojek online dibandingkan dengan jasa transportasi lain karena proses pemesanan ojeknya mudah, perhitungan biayanya lebih transparan dan servisnya juga lebih memuaskan. Bahkan, ojek online tidak hanya sekedar melayani untuk mengantar penumpang ketempat tujuan saja melainkan juga memberikan banyak layanan yang dapat diperoleh seperti sebagai kurir pengantar barang, membelikan makanan atau keperluan lain, sampai dengan memesan barang dengan proses pemesanan aplikasi Go-Jek. Ojek online yang terpopuler di Indonesia biasanya adalah Go-Jek, GrabBike, UberMotor, Jeger Taksi, TopJek, TeknoJek, PRO-JEK, Bojek, Ojek ARGO dan Bang-Ojek. Dari banyaknya aplikasi ojek online di Indonesia tersebut dapat dilihat dari hasil

survei Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) tanggal 5-16 April 2017 menyatakan bahwa jasa transportasi aplikasi Go-Jek menduduki rating tertinggi yang dipilih konsumen/pelanggan dibandingkan dengan aplikasi ojek lain, berikut tabel data konsumen/pelanggan pemakai transportasi online di Indonesia pada Tabel 1.1 :

**Tabel 1. 1 Jenis Transportasi Online**

Jenis Transportasi Online	Persentase Konsumen (%)
Go-Jek	72,6
Grab	66,9
Uber	51
My BlueBird	4,4

Sumber : Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI)

Go-Jek adalah sebuah perusahaan teknologi berjiwa sosial yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan pekerja diberbagai sektor informal di Indonesia. Selain jasa dan teknologi komunikasi, transportasi berbasis aplikasi online juga dilengkapi dengan fitur *Global Positioning System* atau yang lebih dikenal dengan GPS untuk memberikan informasi keberadaan pengemudi dan pengguna dengan rute terdekat. Go-Jek bekerjasama dengan para Ojek berpengalaman dan menjadi solusi utama dalam pengiriman barang, pesan antar makanan, berbelanja dan berpergian ditengah kemacetan. Kementerian Perhubungan (Kemenhub) menyatakan aplikator penyedia transportasi online seperti Go-Jek telah sepakat untuk menjadi perusahaan jasa transportasi (<https://ekbis.sindonews.com/>).

Dengan adanya transportasi jasa online seperti Go-Jek dapat memberikan suatu layanan yang baik bagi pelanggan Go-Jek serta memenuhi kebutuhan konsumennya melalui aplikasi online yang sudah ada. Khususnya di Kota Bukittinggi transportasi

Go-Jek sangat dominan dipakai. Kepala dinas perhubungan (Dishub) Bukittinggi, Elvis Sahri Munir meyakini, Go-Jek berkontribusi memberikan pelayanan kepada masyarakat di Kota Bukittinggi. Untuk itu, dia meminta keamanan berlalu lintas agar aman, tertib dan lancar ([www.PadangEkspres](http://www.PadangEkspres)). Hasil survei Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), alasan utama responden memilih menggunakan transportasi online ialah murah, cepat dan aman. Berikut adalah data konsumen/pelanggan atas adanya transportasi online pada Tabel 1.2 :

**Tabel 1. 2 Jenis Alasan Konsumen**

Jenis Alasan	Persentase Konsumen (%)
Murah	84,1
Cepat	81,9
Nyaman	78,8
Aman	61,4

Sumber : Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI)

Kota Bukittinggi merupakan salah satu kota di Indonesia dimana transportasi berkembang dengan pesat. Kemudahan mengakses berbagai hal melalui ponsel pintar (*Smartphone*) membuat beberapa perusahaan menggunakan peluang ini untuk mengembangkan aplikasi transportasi berbasis online, seperti Grab, Go-Jek, Uber, dll. Perubahan model transportasi dari konvensional ke transportasi berbasis aplikasi sangat diminati masyarakat dan ini merupakan suatu bentuk perubahan sosial masyarakat yang menghendaki kemudahan dalam penggunaan moda transportasi. Pengaruhnya bisa menjalar dengan cepat ke bagian-bagian dunia lain berkat adanya komunikasi modern menurut (Soekanto,2009:259) dalam (Tajibu *et al.*, 2018).

Hasil survei Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), nilai pelayanan yang alasan utama responden memilih menggunakan transportasi online ialah murah, cepat dan aman. Dari hasil survei Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), secara dominan kriteria pelayanan yang dirasakan oleh konsumen/pelanggan pada transportasi online Go-Jek pada Tabel 1.1:

**Tabel 1. 3 Nilai Pelayanan**

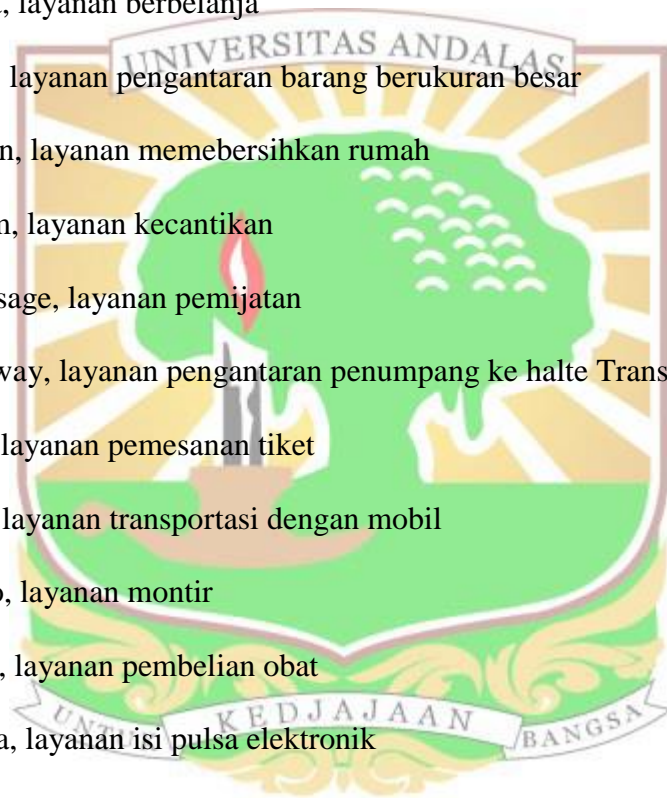
<b>Nilai Pelayanan</b>	<b>Persentase Konsumen (%)</b>
Sangat baik	77,7
Cukup	21,8
Kurang baik	0,4
Buruk	0,1

Sumber : Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI)

Jasa transportasi memiliki pelayanan yang cepat dari segi komunikasi untuk pemesanan, sehingga masyarakat lebih memilih jasa Go-Jek karena cukup mudah dan cepat. Untuk mendapatkan loyalitas para konsumen/pelanggan perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang baik dan tepat agar mempengaruhi loyalitas konsumennya. Faktor-faktor yang mempengaruhi menggunakan jasa transportasi online, diantaranya adalah kualitas pelayanan yang diberikan, nilai yang dirasakan konsumen dan loyalitas konsumen. Menurut Parasuraman dan Grewal (2000) dalam (Jiang, Jun and Yang, 2015) mengemukakan 3 faktor kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga menentukan nilai yang dirasakan konsumen/pelanggan, dari hal tersebut nilai yang dirasakan oleh konsumen/pelanggan sangatlah tinggi untuk menciptakan loyalitas konsumen/pelanggan. Go-Jek merupakan aplikasi online yang

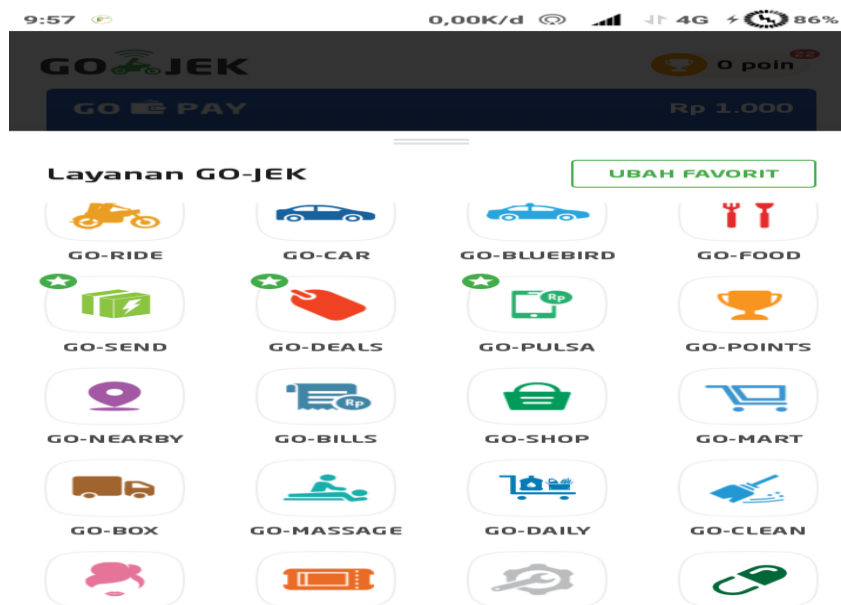
berisikan banyak fitur/layanan. Fitur/layanan Go-Jek diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Go-Send, Layanan transportasi barang
2. Go-Ride, layanan transportasi penumpang dengan sepeda motor
3. Go-Food, layanan pemesanan makanan
4. Go-Mart, layanan berbelanja
5. Go-Box, layanan pengantaran barang berukuran besar
6. Go-Clean, layanan memebersihkan rumah
7. Go-Glam, layanan kecantikan
8. Go-Massage, layanan pijatan
9. Go-Busway, layanan pengantaran penumpang ke halte TransJakarta
10. Go-Tix, layanan pemesanan tiket
11. Go-Car, layanan transportasi dengan mobil
12. Go-Auto, layanan montir
13. Go-Med, layanan pembelian obat
14. Go-Pulsa, layanan isi pulsa elektronik
15. Go-Shop, layanan belanja barang
16. Go-Bluebird, layanan transportasi dengan taksi regular Blue Bird Group  
(kerjasama)
17. Go-Bills, layanan berbagai pembayaran
18. Go-Pay, layanan pembayaran digital



19. Go-Point, layanan mengumpulkan poin dari transaksi, agar poin bisa ditukar dengan berbagai Diskon, Tiket Bola, dan Souvenir.

Gambar fitur/layanan yang terdapat di aplikasi Go-Jek bisa dilihat pada Gambar 1.1 berikut :



**Gambar 1. 1 Fitur/Layanan Aplikasi Go-Jek**

Sumber : Aplikasi Go-Jek di Smarthphone

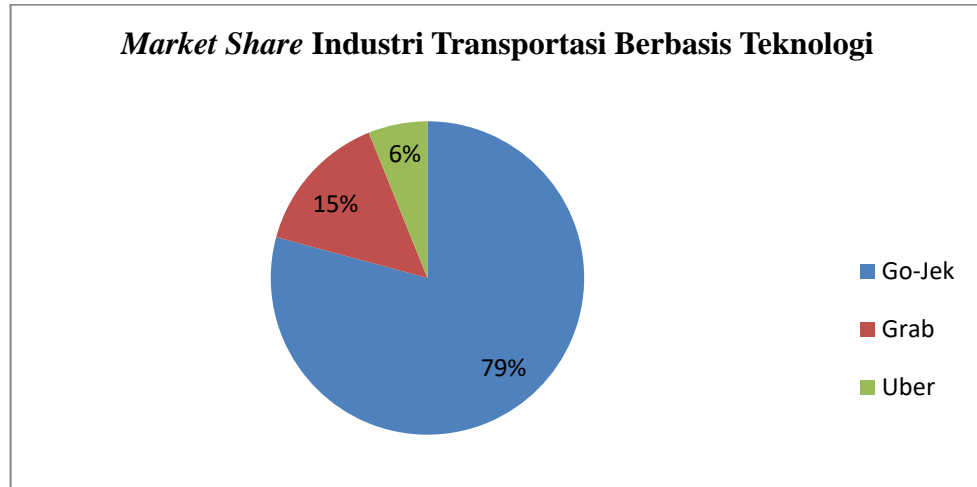
Untuk saat ini jasa transportasi Go-Jek tidak asing lagi di telinga masyarakat perkotaan khususnya Kota Bukittinggi, sehingga penyedia jasa ini ingin membuat pelanggannya merasa nyaman dan puas. Jika konsumen puas dan nyaman, maka mereka akan menggunakan jasa ini berulang kali sampai bisa menjadi pelanggan setia sehingga perusahaan Go-Jek menjadi *market leader* dan perusahaan ini menjadi perusahaan maju serta dipercaya oleh pelanggan di Indonesia. Pelayanan Go-Jek yang baik mendorong minat konsumen/pelanggan untuk menggunakan kembali jasa Go-

Jek tersebut sehingga tercipta loyalitas. Perusahaan yang menjualkan jasa berarti menjualkan produk/jasanya dalam bentuk kepercayaan. Pelayanan yang dimaksud termasuk dari pelayanan sewaktu menawarkan produk/jasa, pelayanan ketika memberikan jasa, pelayanan atas resiko yang terjadi saat memberikan jasa dan pelayanan lain sebagainya.

Kotler dan Keller (2007) menyatakan bahwa kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan, dimana persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan. Menurut Zeithmal, Bitner and Gremer (2013) dalam (Avila, Artur, 2017) kualitas pelayanan merupakan akan menjadi elemen penting dari tanggapan pelanggan seperti dalam pelayanan murni, misalnya pelayanan kesehatan, pelayanan keuangan dan pendidikan. Berdasarkan penelitian (Jiang, Jun and Yang, 2015) terdapat 5 dimensi yang dapat dijadikan penentu kualitas pelayanan yaitu : *Care, Reliability, Product Portofolio, East of Use* dan *Security*. Kualitas layanan mendorong pelanggan untuk komitmen kepada produk dan layanan suatu perusahaan sehingga berdampak kepada peningkatan market share suatu produk. Kualitas layanan sangat krusial dalam mempertahankan pelanggan dalam waktu yang lama (Aryani, 2010).



Berikut ini adalah *Market Share* Industri Transportasi Berbasis Teknologi dari Komisi Pengawasan Persaingan Usaha (KPPU) :



**Gambar 1. 2 Market Share Industri Transportasi Berbasis Teknologi**

Sumber : Komisi Pengawasan Persaingan Usaha (KPPU)

Menurut Kotler (2010) nilai yang dipikirkan pelanggan adalah selisih antara evaluasi calon pelanggan atas semua manfaat serta biaya tawaran tertentu dan alternatif-alternatif lain yang dipikirkan. Suatu perusahaan yang mampu memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan akan membuat citra positif bagi perusahaan. Kotler dan Keller (2012) menganjurkan beberapa strategi dalam penciptaan nilai bagi pelanggan, yaitu :

1. Memberikan kemanfaatan yang lebih kepada pelanggan dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan dengan pihak pesaing.
2. Memberikan kemanfaatan yang lebih kepada pelanggan dengan biaya yang sama besar bila dibandingkan dengan pihak pesaing.

3. Memberikan kemanfaatan yang sama dengan pihak pesaing kepada pelanggan dengan biaya yang lebih rendah.
4. Memberikan kemanfaatan yang lebih kepada pelanggan dengan biaya yang juga lebih besar bila dibandingkan dengan pihak pesaing.
5. Memberikan kemanfaatan yang rendah kepada pelanggan dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan dengan pihak pesaing.

Loyalitas pelanggan Go-Jek juga dapat terbentuk dari kepuasan yang dirasakan adalah perasaan senang ataupun kecewa yang muncul setelah menggunakan jasa tersebut. Pelanggan akan merasa senang dan kecewa setelah membandingkan kinerja atau hasil produk yang difikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Kepuasan yang dirasakan seseorang akan memberikan dampak terhadap perilaku pengguna kembali secara terus-menerus sehingga terbentuklah loyalitas. Oleh sebab itu diperlukan strategi pemasaran yang tepat untuk dapat mempertahankan pelanggan agar mampu bertahan dibisnis ini. Salah satu strategi pemasaran yang tepat untuk bertahan dari persaingan tinggi dalam dunia usaha operator selular saat ini adalah dengan mempertahankan loyalitas pelanggannya.

Menurut (Budi, Teguh, 2011) terdapat 6 alasan suatu institusi perlu mempertahankan loyalitas pelanggannya yaitu :

1. Pelanggan yang ada lebih prospektif, artinya pelanggan yang loyal akan memberikan keuntungan yang besar kepada institusi.
2. Biaya mendapatkan pelanggan yang baru jauh lebih besar dibandingkan menjaga dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada.

3. Pelanggan yang sudah percaya pada institusi dalam suatu urusan akan percaya dalam urusan yang lain.
4. Biaya operasi institusi akan menjadi efisien jika memiliki banyak pelanggan yang loyal.
5. Institusi dapat mengurangi biaya psikologis dan sosial dikarenakan pelanggan yang lama telah mempunyai banyak pengalaman positif dengan institusi.
6. Pelanggan yang loyal akan selalu membela institusi bahkan berusaha pula untuk menarik dan memberi saran kepada orang lain untuk menjadi pelanggan.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik untuk meneliti dengan mengambil objek Go-Jek di Kota Bukittinggi dengan judul penelitiannya **“Pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* yang dimediasi oleh *Customer Perceived Value* pada Go-Jek di Kota Bukittinggi”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah ditetapkan maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Perceived Value*?
2. Bagaimana pengaruh *Customer Perceived Value* terhadap *Customer Loyalty*?
3. Bagaimana pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty*?
4. Bagaimana pengaruh *Customer Perceived Value* terhadap *Service Quality* dan *Customer Loyalty*?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah ditetapkan maka tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Perceived Value*.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Customer Perceived Value* terhadap *Customer Loyalty*.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty*.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Customer Perceived Value* terhadap *Service Quality* dan *Customer Loyalty*.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah ditetapkan maka manfaat penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan dalam pengembangan ilmu manajemen, khususnya manajemen pemasaran dan sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya. Serta memberikan kontribusi untuk pengembangan di industri transportasi dengan model kajian yang berhubungan dengan keterkaitan *Service Quality*, *Customer Perceived Value* dan *Customer Loyalty* pada Go-Jek di Kota Bukittinggi yang sebelumnya belum diteliti secara komprehensif.

b. Manfaat praktis

Diharapkan peneliti ini dapat berguna bagi :

1. Bagi konsumen/pelanggan Go-Jek yaitu dapat memberikan informasi dan menjadi acuan dalam mengambil keputusan untuk melakukan langganan kembali pada Go-Jek di Kota Bukittinggi.
2. Bagi Go-Jek Kota Bukittinggi yaitu sebagai perbaikan dan masukan bagi pihak perusahaan jasa Go-Jek Kota Bukittinggi untuk kemajuan/perkembangan Go-Jek untuk masa mendatang.
3. Bagi pemerintah yaitu dimana hasil penelitian diharapkan dapat membantu pemerintah daerah Provinsi Sumatera Barat khususnya pemerintahan Kota Bukittinggi dalam mengembangkan jasa transportasi Go-Jek sehingga dapat meningkatkan jumlah konsumen/pelanggan Go-Jek serta dapat meningkatkan Loyalitas Konsumen pada Go-Jek di Kota Bukittinggi.

### **1.5 Ruang Lingkup**

Pada penelitian ini dijelaskan bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap nilai yang dirasakan konsumen dan loyalitas konsumen. Survei pada penelitian ini dilakukan pada konsumen/pelanggan Go-Jek di Kota Bukittinggi yang senantiasa memakai jasa transportasi online Go-Jek di Kota Bukittinggi.

### **1.6 Sistematika Penelitian**

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika pembahasan yang berisi informasi

mengenai materi dan hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### BAB I : Pendahuluan

Bab ini tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistematika penelitian.

#### BAB II : Tinjauan Literatur

Bab ini membahas mengenai teori-teori yang menjadi dasar acuan teori yang digunakan dalam menganalisis penelitian ini. Mencangkup landasan teori, tinjauan penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, dan model penelitian.

#### BAB III : Metode Penelitian

Bab ini memaparkan tentang desain penelitian, definisi operasional variabel penelitian, teknik pengambilan sampel, teknik pengumpulan data, dan metode analisis data.

#### BAB IV : Analisis data dan Pembahasan

Bab ini merupakan isi pokok dari penelitian yang berisi deskripsi objek penelitian, analisis data, pembahasan dan implementasi hasil penelitian sehingga dapat diketahui hasil analisis yang diteliti mengenai hasil pengujian hipotesis.

#### BAB V : Penutup

Bab ini berisi kesimpulan hasil peneliti, keterbatasan penelitian dan saran bagi penelitian berikutnya.