

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi di berbagai bidang sekarang ini sangatlah cepat, salah satunya dalam bidang teknologi komunikasi, perubahan sangat cepat ini semakin mempermudah komunikasi sehingga perkembangannya diterima di setiap negara sebagai dampak dari globalisasi, tidak terkecuali di Indonesia. Tingginya penggunaan internet di Indonesia tidak terlepas dari masyarakat yang selalu ingin mengikuti perkembangan zaman terutama pada kalangan generasi muda(Apjii.or.id, 2019). Perkembangan teknologi di bidang komunikasi tentunya akan berdampak pada bidang lain, seperti bidang ekonomi, perusahaan akan memanfaatkan perkembangan teknologi tersebut untuk memudahkan transaksi dan layanan yang diberikan kepada konsumen sehingga kebutuhan konsumen dapat dipenuhi dengan lebih baik dan lebih cepat Hanifa et al., (2018). Seiring dengan perkembangan teknologi, usaha dibidang jasa transportasi di Indonesia terus berkembang. Usaha transportasi sekarang ini sudah ada yang berbasis *online* dalam pelayanannya, mulai dari pemesanan, pembayaran, penilaian layanan dan lain sebagainyaHanifa et al., (2018).

Usaha jasa transportasi *online* ini mempermudah masyarakat dalam melakukan aktivitasnya yang beragam dalam sehari-hari. Transportasi *online* biasanya menggunakan sebuah *platform* aplikasi pada *mobile phone* dan memanfaatkan teknologi internet dalam menjalankannya(<https://smartnation.id>. 2021). Terdapat 4 perusahaan transportasi *online* yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia yang memanfaatkan peluang kemajuan teknologi yakni

Gojek yang merupakan hasil karya anak bangsa yaitu Nadiem Anwar Makarim, kemudian Grab yang berasal dari Malaysia, selanjutnya Maxim yang berasal dari Rusia, dan InDriver yang berasal dari Rusia. Banyaknya pengguna transportasi *online* di beberapa Kota besar di Indonesia, mendorong perusahaan transportasi *online* menjadikan Kota Padang salah satu Kota baru yang juga menyediakan jasa transportasi *online*. Go-jek hadir di Kota Padang pada awal April 2017 yang mana sebelumnya sudah dahulu Grab hadir pada awal Maret 2015 tetapi untuk tambahan layanan Grab lainnya mulai pada September 2017, sedangkan untuk Maxim hadir pada akhir tahun 2018, dan InDriver hadir pada awal 2020.

Menurut Martua & Djati, (2018) kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan dalam suatu perusahaan jasa seringkali dikondisikan sebagai perbandingan antara pelayanan yang diharapkan dan pelayanan yang diterima Desiyanti et al., (2018). Kualitas pelayanan merupakan suatu hal penting yang harus dijaga oleh semua pihak Surahman et al., (2020). Karena kualitas pelayanan berperan penting dalam kepuasan pelanggan Haryati et al., (2021). Kualitas pelayanan, menjadi tolak ukur untuk meningkatkan loyalitas dan kepuasan pelanggan di sebuah perusahaan Sunaryo et al., (2019). Dan bisa meningkatkan kepercayaan pengguna dalam mempercayai perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pengguna Rashwan et al., (2020).

Terdapat 12 fitur layanan dalam aplikasi Maxim yaitu *bike*, *food* dan *shop*, *cleaning*, *messege* & *SPA*, *Laundry*, *car*, *car L*, *rent car*, *cargo* dan penderekan/menghidupkan mesin. Menurut Octa, (2020) fitur adalah seperangkat kemampuan dari suatu produk. Menurut Putri et al., (2022) fitur pada sebuah

produk diciptakan untuk membuat produk tersebut istimewa dan menarik konsumen, fitur atau spesifikasi dalam produk tentunya dapat mewakili keunggulan dari produk itu sendiri, dari fitur atau spesifikasi dari produk itu sendiri konsumen dapat membedakan dari produk satu dengan produk yang lain. Menurut Hardati, (2021) saat ini fitur dalam aplikasi merupakan sesuatu yang dibutuhkan oleh setiap orang, ketika konsumen merasa puas dengan fitur yang didapatkan dari aplikasi yang digunakan maka akan tercipta relasi yang kuat antara konsumen dan pemilik usaha. Aplikasi online yang saat ini sangat berkembang perlu memperhatikan fitur-fitur yang disediakan pada aplikasi masing-masing Saputra & Djumarno, (2021). Hal ini tentunya sejalan dengan pendapat Andrian et al., (2020) bahwa semakin banyak fitur yang terdapat pada aplikasi transportasi online saat ini akan meningkatkan minat beli konsumen untuk melakukan transaksi pada aplikasi tersebut.

Dilihat dari segi harga Maximbike tampak lebih murah transparan serta harga yang ditawarkan dapat kita ketahui sebelum melakukan pemesanan. Menurut Mustapaetal., (2018) harga merupakan hal penting yang menjadi pertimbangan konsumen saat melakukan pembelian, karena harga akan langsung mempengaruhi tingkat keputusan pembelian konsumen, sebagian konsumen bahkan mengidentifikasi harga dengan nilai, serta membandingkan keduanya dengan sangat teliti. Zhong & Moon, (2020) mengartikan Harga adalah sejumlah uang yang harus dikeluarkan atau ditukarkan oleh pelanggan untuk menikmati keuntungan suatu produk atau layanan. Penelitian yang dilakukan oleh Hossain & Suchy, (2013) ditemukan bahwa harga berpengaruh positif terhadap loyalitas

pelanggan, harga juga menjadi salah satu faktor penting terhadap kepuasan pelanggan yang dapat mendatangkan kesetiaan.

Selain harga sebuah perusahaan jasa juga harus mementingkan kepuasan pelanggan guna memberi kepercayaan pada pelanggan terhadap jasa yang diberikan. Syafriani&Yeni, (2021) mengartikan bahwa kepuasan adalah evaluasi pelanggan terhadap suatu produk atau layanan, kepuasan pelanggan merupakan aspek penting yang harus diperhatikan karena apabila pelanggan puas akan membuat pelanggan dapat melakukan pemesanan ulang. Rohaeni & Marwa, (2018) mengatakan pelanggan yang puas akan setia lebih lama, kurang *sensitive* terhadap harga dan memberi komentar yang baik tentang perusahaan. Houria & Fares, (2019) sebaliknya, pelanggan yang merasa tidak puas terhadap suatu produk / jasa setidaknya akan mengatakan pada satu orang terdekat mereka tentang pengalaman yang mereka alami. Penelitian yang dilakukan oleh Eryandra, (2020) pada transportasi berbasis *online*, menemukan bahwa hasil analisa regresi menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap terbentuknya loyalitas pelanggan.

Tujuan dari suatu bisnis adalah menciptakan kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan dapat menciptakan hubungan yang harmonis sehingga memberikan dasar yang baik terhadap pembelian ulang dan terciptanya kesetiaan terhadap suatu merek (loyalitas konsumen). Hal ini harus dilakukan perusahaan agar dapat bertahan dan memperoleh keuntungan bagi perusahaan Puasantika & Prabawani, (2018). Loyalitas pelanggan merupakan kunci kesuksesan bagi perusahaan dalam jangka panjang Mardikaningsih & Putra, (2021). Mencapai loyalitas pengguna adalah tujuan utama sebuah perusahaan Ling& Mansori,

(2018). Loyalitas pelanggan sangat penting, jika perusahaan tidak membangun loyalitas pelanggan, perusahaan mengeluarkan banyak uang dan tenaga untuk mencari pelanggan baru Halizah et al., (2022). Karena Pelanggan yang loyal bisa jadi media promosi gratis bagi suatu perusahaan Nasution et al., (2021).

Salah satu jasa transportasi *online* yang sudah ada di berbagai kota besar di Indonesia yakni Maxim yang merupakan perusahaan transportasi *online* asal Rusia. Dalam *website* resmi MaximTaxiMaxim.com, (2022). dikatakan bahwa Maxim dimulai dari layanan taxi di Kota Chardinsk di Pegunungan Ural Rusia. Maxim berdiri pada tahun 2003 dan di tahun 2014 memperluas usahanya dengan membuka cabang di beberapa negara. Pada tahun 2018 Maxim membuka cabang di Indonesia. Maxim sudah beroperasi di Jakarta, Jayapura, Surabaya, Bandar Lampung, Banda Aceh, Bandung, Batam, Bengkulu, Palembang, Pekanbaru, Balikpapan, Banjarmasin, Medan, Manado, Jambi, Makasar, Denpasar, Padang.

Maximbike mulai dikenal konsumen di Kota Padang, disaat harga transportasi *online* mengalami kenaikan dikarenakan adanya keputusan dari pemerintahan. Dalam *website* CNBC Indonesia yang menjelaskan mengenai keputusan dari Menteri (KM/Kepmen) Perhubungan No.348 Tahun 2019 bahwa harga transportasi *online* mengalami kenaikan, yang mulai berlaku pada tanggal 2 September 2019. Hal ini membuat sebagian konsumen mulai beralih ke jasa transportasi *online* Maxim dikarenakan harga yang ditawarkan lebih murah dan terjangkau apabila dibandingkan dengan harga yang ditawarkan oleh GoJek, InDriver dan Grab.

Sebelumnya Maxim menuai pro dan kontra dikarenakan harga yang diberikan terlalu murah dibanding GoJek, Grab dan lain sebagainya. Sebelumnya diperkirakan bahwa Maxim menetapkan harga dibawah ketentuan Kemenhub, sehingga Maxim diprotes oleh pesaingnya dan mendapat teguran atau peringatan dari Kemenhub. Setelah itu, Maxim sudah menyesuaikan harganya dengan ketentuan dari Kemenhub, sehingga harga jasa transportasi *online* Maxim mengalami kenaikan, namun masih lebih murah dibandingkan yang lainnya. Berikut perbandingan harga antara Maxim bike GoJek, InDriver dan Grab.

Tabel 1.1

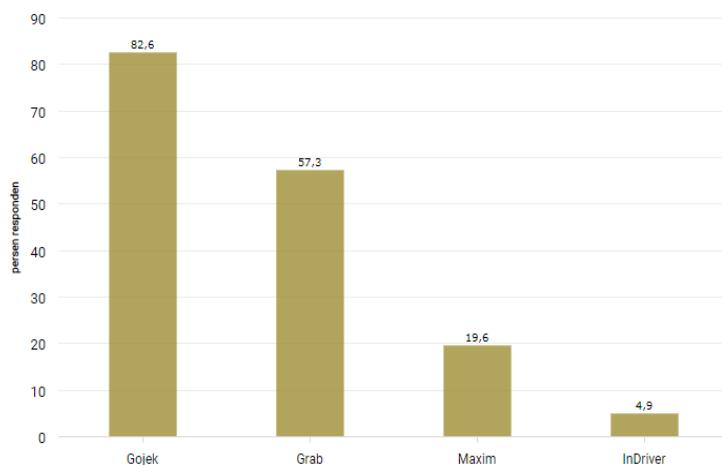
Perbandingan harga Maxim bike, GoJek, InDriver, Grab dan Gojek.

No	Jarak	Harga(Rp)			
		Maxim	InDriver	Grab	Gojek
1	4 km pertama	8.000-9.000	9.000-10.000	8.000-10.000	8.000-10.000
2	Harga selanjutnya	2.100	2.300	2.500	2.300

Sumber: Aplikasi Maxim, InDriver, GoJek & Grab.

Pada tabel 1.1 diatas menunjukkan perbandingan harga antara Maxim bike, Indriver, Grab dan Gojek dapat disimpulkan bahwa Maxim bikemenarik perhatian karena dari segi harga, harga yang dipatok sangat rendah, hanya Rp. 8.000-9.000 dan untuk biaya selanjutnya dikenakan harga biaya Rp 2.100. Selanjutnya InDriver yang menetapkan harga sebesar Rp 9.000-10.000 untuk 4 km pertama, dan untuk biaya selanjutnya dikenakan harga biaya Rp. 2.300 untuk perjalanan lebih dari 4km. Kemudian Gojek menetapkan harga sebesar Rp. 8.000-10.000 untuk 4 Km pertama. Untuk perjalanan lebih dari 4km Gojek menetapkan biaya Rp. 2.300. Sedangkan Grab Harga yang dikenakan Grab untuk 4 Km pertama yaitu Rp 8.000-10.000.untuk jarak lebih dari 4km Grab menetapkan harga biaya Rp 2.500.

Untuk menjawab kebutuhan masyarakat yang semakin beragam, jenis layanan Maxim terus ditambah dari waktu ke waktu. Mulai dari layanan ojek (motor), taxi (mobil), *delivery*, penderekan, dan menghidupkan mesin bisa dipesan lewat aplikasi Maxim. Maxim secara progresif terus menambah cabangnya di daerah-daerah. Strategi ini menjadi salah satu cara menggenjot pertumbuhan pengguna Maxim di Indonesia. Kini Maxim telah beroperasi di 27 kota dan akan terus menambah area operasi guna melebarkan pasarnya. Sejalan dengan upaya tersebut, Maxim berkomitmen untuk memberikan layanan yang terbaik untuk masyarakat Indonesia. Data perkembangan pelanggan Maxim, Gojek, Grab dan InDriver dapat dilihat dibawah ini :



sumber : <https://databoks.katadata.co.id/tags/transportasi-online>.

Menurut survei *Institute for Development of Economics and Finance (INDEF)*, saat ini Gojek menjadi layanan transportasi *online* yang paling banyak digunakan konsumen Indonesia. Gojek digunakan oleh 82% responden. Adapun yang menggunakan layanan transportasi *online* Grab, Maxim, dan InDriver proporsinya lebih kecil seperti terlihat pada grafik. Preferensi tersebut dipengaruhi kepuasan konsumen terhadap kinerja aplikasi masing-masing *brand*. Dalam hal kemudahan penggunaan aplikasi, pada aplikasi Maxim kinerja aplikasi belum optimal seperti tidak ada nya peta maps pada penjemputan.

Perlu diketahui aplikasi Maxim masih memiliki banyak kekurangan seperti kebocoran data pribadi penumpang dan aplikasi Maxim kurang *user friendly* sehingga hal ini membuat banyak konsumen bingung menggunakan aplikasinya, selain itu konsumen punya pilihan lain serta keadaan ekonomi yang kurang menentu seperti kenaikan BBM yang berdampak pada harga Maxim.

Berdasarkan fakta lapangan dari penglihatan penulis saat melakukan wawancara pada masyarakat Kota Padang, berkaitan dengan kualitas pelayanan, kualitas layanan fasilitas yang diberikan oleh pihak Maxim bike masih jauh dari harapan pelanggan, seperti helm, helm yang diberikan kepada penumpang *bike* sering bau dan helm kebanyakan yang rusak seperti tali untuk bagian bawah dagu. Selanjutnya jas hujan, saat musim hujan alangkah baiknya disediakan jas hujan untuk penumpang Maxim *bike* agar saat hujan penumpang tetap nyaman dan tidak basah. Selanjutnya tentang kemahiran driver dalam membaca GPS banyak driver yang sudah lanjut usia tidak paham membaca GPS sehingga membuat penumpang menunggu lama.

Selanjutnya, berkaitan dengan harga, penulis menemukan harga memang relatif murah dari kompetitor lainnya, kode promo yang tidak sesuai dengan harga yang tertulis, pada kode promo tertulis harga 13,8K, tetapi ketika sampai tujuan harga berubah menjadi 17,9K. Harga Maximbike tidak sesuai dengan yang tertera di aplikasi Maxim terdapat kenaikan harga yang tidak diketahui pelanggan pembayaran di hp konsumen dan driver berbeda, lebih mahal di driver.

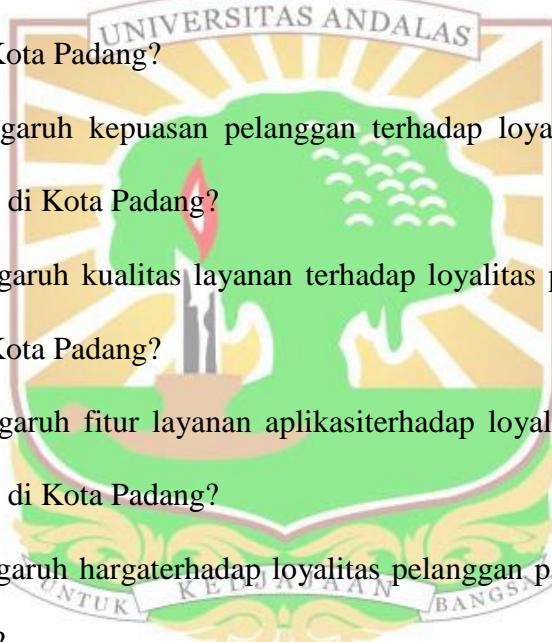
Berkaitan dengan kepuasan pelanggan, jika dilihat dari ulasan pada aplikasi Maxim pada google playstore, banyak pelanggan yang tidak puas dengan fitur layanan yang diberikan Maxim, seperti lokasi tidak akurat, salah titik jemput dan tujuan, ketika mencari lokasi juga tidak bisa menemukan titik yang akurat, banyak nya pelanggan yang tidak puas menyebabkan pelanggan tidak loyal, dan tentu nya masalah masalah ini akan menjadi pertimbangan masyarakat untuk menggunakan Maxim dan ini menjadi tantangan Maxim untuk memberikan layanan yang lebih baik lagi.

Berdasarkan pemaparan tentang masalah diatas, maka penelitian ini berjudul **“Pengaruh Kualitas Layanan, Fitur Layanan Aplikasi dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Maxim Bike dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi di Kota Padang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka permasalahannya dapat penulis rumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Maximbike di Kota Padang?
2. Bagaimana pengaruh fitur layanan aplikasi terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Maximbike di Kota Padang?
3. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Maximbike di Kota Padang?
4. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa Maximbike di Kota Padang?
5. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa Maximbike di Kota Padang?
6. Bagaimana pengaruh fitur layanan aplikasi terhadap loyalitas pelanggan pada jasa Maximbike di Kota Padang?
7. Bagaimana pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pada jasa Maximbike di Kota Padang?
8. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi pada jasa Maximbike di Kota Padang?
9. Bagaimana pengaruh fitur layanan aplikasi terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi pada jasa Maximbike di Kota Padang?



10. Bagaimana pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi pada jasa Maxim bike di Kota Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan Penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini, adalah untuk mengetahui :

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Maxim bike di Kota Padang.
2. Untuk menganalisis pengaruh fitur layanan aplikasi terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Maxim bike di Kota Padang.
3. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Maxim bike di Kota Padang.
4. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa Maxim bike di Kota Padang.
5. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa Maxim bike di Kota Padang.
6. Untuk mengetahui pengaruh fitur layanan aplikasi terhadap loyalitas pelanggan pada jasa Maxim bike di Kota Padang.
7. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pada jasa Maxim bike di Kota Padang.
8. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi pada jasa Maxim bike di Kota Padang.

9. Untuk menganalisis pengaruh fitur layanan aplikasi terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi pada jasa Maxim bike di Kota Padang.
10. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi pada jasa Maxim bike di Kota Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

Pada penelitian ini terdapat dua manfaat yaitu:

a. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini untuk meningkatkan pemahaman tentang hubungan antara kualitas layanan, fitur layanan aplikasi, harga, loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan.

b. Manfaat Empiris

Manfaat empiris dari penelitian ini untuk bahan acuan bagi pemerintah untuk pengembangan dan pengelolaan internet. Untuk perusahaan Maxim mendapatkan hasil penelitian yang bias menjadikan acuan untuk melihat bagaimana kualitas layanan, fitur layanan aplikasi, harga, loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan dimata konsumen.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penelitian ini akan dibahas mengenai bagaimana pengaruh kualitas layanan, fitur layanan aplikasi dan harga terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan berperan sebagai variabel mediasi pada jasa Maxim bike di Kota Padang.

1.6 Sistematika penulisan

Secara keseluruhan penelitian ini terdiri dari lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II TINJAUAN LITERATUR

Bab ini berisi tentang landasan teori mengenai variabel dan hal-hal yang ada dalam penelitian, penelitian terdahulu, kerangka penelitian, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang metode yang digunakan, operasionalisasi variabel, teknik pengumpulan data, teknik pengambilan sampel, analisis data, dan pengujian hipotesis.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini memuat analisis hasil penelitian mengenai masalah yang dibahas yaitu tentang pengaruh kualitas layanan, fitur layanan aplikasi dan harga terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi pada jasa Maxim bike di Kota Padang.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang dilakukan, implikasi hasil penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran.