

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Di era digital saat ini segala bentuk informasi dapat diakses dengan begitu cepat dan juga mudah melalui perangkat teknologi. Penggunaan teknologi dan informasi menyebabkan kebiasaan baru dalam segala aspek kehidupan. Perkembangan teknologi memberikan banyak dampak terhadap kehidupan manusia, baik itu positif ataupun negatif dari segi perekonomian, sosial, budaya, bahkan politik. Tidak dapat dipungkiri dalam hal internet dan teknologi yang memungkinkan *telecommuting* akan mengubah perilaku konsumen baru-baru ini (Dutzik, Madsen, & Baxandall, 2013). Dampak nyata dari perkembangan teknologi yakni internet. Masyarakat dunia terutama masyarakat Indonesia, mereka seakan tidak bisa lepas dari pengaruh internet yang cukup banyak memberikan dampak terhadap kehidupan mereka. Dengan adanya internet pada saat ini, menyebabkan begitu banyak inovasi, sarana dan fasilitas yang dapat digunakan oleh perusahaan dalam memasarkan atau menarik minat konsumen melalui akses internet, salah satunya adalah dengan memanfaatkan aplikasi online pada jasa transportasi.

Transportasi merupakan sarana yang sangat penting dalam mendukung aktifitas atau mobilitas manusia setiap harinya sehingga harus dipersiapkan dengan baik dan aman karena sangat berpengaruh dalam kegiatan-kegiatan seperti perekonomian, pengiriman barang atau jasa, angkutan penumpang dan sebagainya. Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan sarana transportasi,

perusahaan-perusahaan menawarkan berbagai alternatif penggunaan sarana transportasi darat seperti kendaraan roda dua maupun roda empat. Hal ini membuat perusahaan nasional karya anak bangsa yang bergerak dibidang jasa transportasi yaitu Gojek, membuat inovasi dalam kegiatan jasa transportasi berbasis online.

Transportasi online berkembang pesat saat ini di Indonesia dan bahkan memungkinkan orang untuk dapat memesan dengan mudah menggunakan smartphone mereka (Kristo, 2017). Berawal dari banyaknya jasa transportasi yang bermunculan mengakibatkan semakin kuat pula persaingan yang dihadapi oleh para pengemudi ojek. Hampir di setiap sudut jalan besar dan juga area kampus banyak ditemui para pengemudi ojek. Apabila dicermati ada banyak hal yang harus dibenahi dalam layanan ojek yang ada saat ini khususnya masalah keselamatan, kepercayaan, kesopanan dan kewajaran harga layanan. Layanan yang diberikan memang lebih standar seperti standar keselamatan, etika kesopanan pengemudi dan yang termasuk penting tarif yang sudah baku. Secara umum semakin meningkat kualitas pelayanan perusahaan, semakin nyaman konsumen menggunakan jasa transportasi tersebut. Dengan kehadiran jasa transportasi berbasis aplikasi online ini, maka akan menciptakan pengaruh yang sangat besar bagi masyarakat dalam segala aktivitas secara cepat dan efisien. Para pengguna aplikasi transportasi online dewasa ini mengalami peningkatan, perusahaan perlu mengetahui perilaku konsumen yang akan mendorong mereka untuk terus menggunakan aplikasi transportasi online sebagai alternatif

transportasi umum. Pengukuran niat perilaku adalah cara terbaik untuk memprediksi perilaku pembelian konsumen di masa depan (Patterson, 2004).

Gojek merupakan perusahaan yang didirikan oleh anak bangsa yang bernama Nadiem Makarim bersama temannya Michaelangelo Moran pada bulan Oktober 2010, yang bertujuan untuk mengurangi pengangguran di Indonesia dan menjadi solusi kemacetan di ibukota. Cara kerja Gojek pada saat itu masih manual, yaitu dengan menggunakan telepon yang tentunya akan dikenakan pulsa. Tapi dengan perkembangan teknologi smartphone, pada Januari 2015 munculah aplikasi Gojek yang memudahkan konsumen memesan driver Gojek dari smartphone mereka menggunakan aplikasi yang terhubung dengan internet. Para pelanggan tidak perlu menunggu dipinggir jalan atau mendatangi ke pangkalan ojek. Pemesanan bisa melalui aplikasi Gojek saja sesuai dengan kebutuhan. Gojek siap untuk melayani pelanggan yang berada dimana saja. Adapun jenis layanan dalam aplikasi Gojek yang paling diunggulkan yaitu Go-Ride. Tujuan dari layanan ini adalah untuk antar jemput menggunakan kendaraan roda dua, layanan ini paling sering dipakai pengguna karena dapat mempersingkat waktu dari tempat awal ke tempat tujuan. Selain itu juga ada layanan seperti Go-Car melayani pengantaran penumpang dengan mobil, Go-Send melayani pengiriman barang, GO-Food melayani pemesanan makanan, dan masih banyak lagi layanan Gojek yang terdapat di dalam satu aplikasi tersebut, seperti pembayaran PDAM, isi pulsa token listrik dan juga pulsa untuk ponsel.

Gojek mulai beroperasi di Payakumbuh bulan Februari 2018 dengan mengandalkan 20 orang driver pertama. Untuk di Payakumbuh sendiri

pendaftaran bagi yang ingin menjadi driver harus langsung datang ke Bukittinggi, karena kantor layanan Bukittinggi mencakup dua wilayah tetangganya yaitu Payakumbuh dan Padang Panjang. Di awal pengoperasian Gojek di Payakumbuh, Gojek mendapatkan respon yang cukup baik dari kalangan masyarakat terutama dari kalangan PNS ataupun pelajar karena mereka merasa lebih praktis menggunakan Gojek dan tarifnya pun lebih murah dari pada ojek pangkalan. Oleh karena itu, masih banyak dari kalangan ojek pangkalan yang merasa mereka tersaingi dan juga sempat memberhentikan beberapa orang dari driver Gojek yang lewat didekat mereka. Tapi setelah dilakukan komunikasi yang baik dengan para ojek pangkalan, akhirnya mereka paham dengan sistem Gojek dan hingga saat ini ojek pangkalan di Payakumbuh telah mulai beransur-ansur menjadi mitra Gojek juga. Sebelum datangnya Gojek ke Payakumbuh, disini sebelumnya juga sudah ada transportasi yang memiliki basis yang sama seperti Gojek, namun memiliki layanan yang masih terbatas dibandingkan dengan Gojek.

Perusahaan transportasi yang lebih dahulu hadir dari pada Gojek di Payakumbuh adalah KlikQuick yang sudah memiliki basis yang sama dengan Gojek yaitu ojek online. Sebelumnya juga ada banyak perusahaan jasa transportasi ojek yang belum berbasis aplikasi di Kota Payakumbuh seperti PayoKurir, OkeyJek, Ko&ko kurir, Ma.Ojek, RanahKurir, Raider Tangguh. Namun ojek lokal di kota Payakumbuh ini masih berbasis media sosial seperti (BBM, whatsapp, line, maupun Instagram).

Pada penelitian ini peneliti akan meneliti Pengaruh *E-Service Quality*, *Customer Trust* dan *Perceived Value* terhadap *Behavioral Intention* Gojek di Payakumbuh.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah *E-Service Quality* berpengaruh terhadap nilai *Perceived Value* Gojek Payakumbuh?
2. Apakah *E-Service Quality* berpengaruh terhadap *Customer Trust* Gojek Payakumbuh?
3. Apakah *Customer Trust* berpengaruh terhadap *Perceived Value* Gojek Payakumbuh?
4. Apakah *E-Service Quality* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* Gojek Payakumbuh?
5. Apakah *Customer Trust* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* Gojek Payakumbuh ?
6. Apakah *Perceived Value* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* Gojek Payakumbuh ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh *E-Service Quality* terhadap nilai *Perceived Value* Gojek Payakumbuh
2. Untuk mengetahui pengaruh *E-Service Quality* terhadap *Customer Trust* Gojek Payakumbuh
3. Untuk mengetahui pengaruh *Customer Trust* terhadap *Perceived Value* Gojek Payakumbuh

4. Untuk mengetahui pengaruh *E-Service Quality* terhadap *Behavioral Intention* Gojek Payakumbuh
5. Untuk mengetahui pengaruh *Customer Trust* terhadap *Behavioral Intention* Gojek Payakumbuh
6. Untuk mengetahui pengaruh *Perceived Value* terhadap *Behavioral Intention* Gojek Payakumbuh

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang didapatkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Praktisi

Diharapkan setelah melakukan penelitian ini, peneliti dapat mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi *Behavior Intention*. Dan juga dengan adanya penelitian ini bisa menjadi acuan bagi PI.GI untuk dapat menggunakan langkah-langkah yang tepat dalam menarik konsumen untuk menggunakan jasa dari PT.GI.

2. Bagi Akademisi

Sebagai salah satu upaya untuk memperoleh referensi atau acuan akademik mengenai Pengaruh *E-service Quality*, *Customer Trust* dan *Perceived Value* terhadap *Behavioral Intention* Gojek di Payakumbuh.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab pertama berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN LITERATUR

Bab kedua menjelaskan tentang *E-Service Quality*, *Customer Trust* dan *Perceived Value* terhadap *Behavioral Intention* Gojek di Payakumbuh.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini merupakan bab yang menjelaskan tentang objek penelitian, waktu dan tempat penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, jenis, sumber dan 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 implikasi penelitian, keterbatasan penelitian dan saran bagi penelitian berikutnya.

