

BAB I PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Keadaan produk yang dinamis dan upaya dalam memenuhi harapan dari konsumen dinyatakan sebagai kualitas. Dalam mengutamakan kualitas layanan atau kualitas layanan dapat dianggap sebagai semua tindakan yang dilakukan oleh bisnis untuk memenuhi harapan konsumen. Potongan harga merupakan strategi pemasaran yang bertujuan untuk menarik perhatian konsumen guna meningkatkan jumlah penjualan yang dihasilkan oleh suatu bisnis. Diskon sering digunakan karena mereka memperoleh respons yang lebih cepat dari konsumen. Dalam pemasaran melibatkan promosi sebagai salah satu unsurnya. Dengan kualitas aplikasi yang baik dan berharga bagi pelanggan, akan digunakan oleh pelanggan dan sebaliknya jika tidak berharga maka tidak akan digunakan oleh pelanggan.

Peneliti melakukan penelitian pada salah satu aplikasi transportasi online kota Medan yaitu aplikasi GRAB yang saat ini menjadi layanan transportasi online terbesar dan terpopuler. Grab adalah platform layanan on-demand yang berbasis di Singapura. Grab kini lebih diminati masyarakat ketimbang angkutan kota karena memberikan berbagai kemudahan, seperti harga yang tertera jelas, pengemudi atau driver, dan jenis kendaraan yang menyertakan plat nomor polisi juga tertera di aplikasi grab, yang meyakinkan konsumen tentang transportasi yang mereka tuju. menginginkan. Tidak hanya nyaman untuk bepergian, tetapi juga berfungsi dengan semua fungsi aplikasi Grab. Layanan inti ini meliputi pengiriman (makanan, bahan makanan, dan parcel), transportasi (roda 4, 3, dan 2), keuangan (pinjaman, asuransi, pembayaran nontunai, dan manajemen properti), dan bisnis. Grab sebagai aplikasi yang menghubungkan 670 juta orang di beberapa negara seperti Singapura, Indonesia, Malaysia, Thailand, Vietnam, Filipina, Kamboja, dan Myanmar untuk menggunakan layanan kebutuhan penting sehari-hari. Menggunakan dompet digital seperti OVO, Anda juga dapat membayar layanan Grab dan mitra merchant lokalnya tanpa menggunakan uang tunai. Transaksi non tunai sebagai salah satu transaksi yang sangat digunakan oleh Grab dan mitra mereka saat ini.

Ada pun permasalahan dalam aplikasi grab ada pada kualitas layanan dimana kualitas layanan yang diberikan aplikasi grab terkadang tidak sesuai dengan aplikasi, misalnya konsumen memesan grab dengan plat nomor BK 3754 NN padahal plat nomor driver yang datang berbeda dengan yang tertera di aplikasi yang mempengaruhi keputusan pelanggan dalam menggunakan aplikasi grab. Sedangkan, masalah diskon harga pada aplikasi grab adalah adanya diskon yang diberikan oleh aplikasi grab tetapi ketika dipilih oleh konsumen tidak dapat digunakan. Bila

dibandingkan dengan aplikasi pesaing seperti Go jek, lebih mudah dalam penggunaan diskon yang diberikan. Tarif untuk zona sumatera adalah sebesar Rp 1.850 hingga Rp 2.300 perkilometer dengan biaya minimal Rp7.000 hingga Rp10.000.

(<https://www.tribunnews.com/bisnis/2019/09/01/daftar-baru-tarif-gojek-dan-grab-di-seluruh-indonesia-berlaku-mulai-2-september-2019?page=2>)

Dari data yang terlihat walaupun harga grab lebih tinggi dari pada harga aplikasi online lain, tidak menjamin masyarakat akan lebih memilih aplikasi online yang lebih murah. Jika dibandingkan dengan aplikasi online lain, promosi yang dilakukan oleh grab masih kurang maksimal. Ini terlihat dari seberapa sering iklan grab muncul pada iklan televisi dibandingkan aplikasi Go Jek, grab masih kurang dalam melakukan tindakan promosi, sedangkan Go Jek sangat gencar dalam melakukan iklan baik dalam bentuk iklan di televisi maupun papan *billboard*. Hal tersebut dapat mempengaruhi keputusan pelanggan dalam menggunakan aplikasi grab.

Keputusan pelanggan merupakan salah satu penentuan apakah aplikasi grab digunakan atau tidak, hal tersebut bisa dipengaruhi apabila pelanggan atau pengguna tidak memahami bagaimana proses penggunaan dari layanan aplikasi grab. Keputusan pelanggan dalam menggunakan grab menjadi tanda bahwa kemajuan teknologi dapat diakses secara mudah dengan sentuhan *mobile internet*. Adapun permasalahan dalam penggunaan aplikasi grab yakni keterlambatan dalam penjemputan penumpang walaupun pengemudi grab sedang berada di lokasi yang dekat dengan lokasi penjemputan akibatnya pengguna aplikasi grabnya membatalkan pesanan, dan yang sedang marak sekarang adanya pengguna aplikasi grab yang kurang bertanggung jawab dalam melakukan pesanan melalui grab food yang merugikan pihak pengemudi, baik rugi uang serta rugi waktu dalam pengantaran yang mengakibatkan aplikasi pengguna yang tidak bertanggung jawab akan ditangguhkan oleh perusahaan grab. Adapun perumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana pengaruh Kualitas Layanan berpengaruh terhadap keputusan pelanggan dalam menggunakan layanan aplikasi GRAB di kota Medan? Bagaimana pengaruh Diskon Harga berpengaruh terhadap keputusan pelanggan dalam menggunakan layanan aplikasi GRAB di kota Medan? Bagaimana pengaruh Promosi berpengaruh terhadap keputusan pelanggan dalam menggunakan layanan aplikasi GRAB di kota Medan? Bagaimana pengaruh Kualitas Layanan, Diskon Harga, Promosi berpengaruh terhadap keputusan pelanggan dalam menggunakan layanan aplikasi GRAB di kota Medan?

2. Landasan Teori

Teori Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pelanggan

Pelayanan merupakan kemudahan, keramahan dan kecepatan yang diberikan oleh pemilik jasa dalam rangka memberikan pelayanan yang menjadi standar dalam melayani pengguna jasa. (Sujarweni, 2015)

Yuniarti (2015:233) menyebutkan dalam penelitiannya bahwa pelanggan akan merasa puas ketika penyedia jasa atau perusahaan jasa atau barang dapat membuat pengguna jasa senang.

Dalam lima tahap keputusan pembelian yang sering dilewati pelanggan mengenai :

Menurut Sudaryono (2016), pelanggan sering melewati lima tahap sebelum membuat keputusan pembelian: deteksi masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.

Berdasarkan teori-teori para ahli diatas kualitas layanan menjadi hal yang penting dalam keputusan pelanggan menggunakan aplikasi grab, dimana kualitas layanan yang diberikan harus dapat membuat senang perasaan pelanggan.

Teori Pengaruh Diskon Harga Terhadap Keputusan Pelanggan

Menurut Sudaryono (2014:363), diskon adalah teknik yang melibatkan penawaran pengurangan dari harga tertentu untuk mempromosikan penjualan suatu produk atau jasa. Jenis diskon yang paling umum adalah diskon kuantitas dan diskon tunai.

Menurut Octhaviani S dan Hendra Jonathan S (2021), pengurangan harga memiliki efek yang unik dan kuat pada cara keputusan pembelian dibuat.

Menurut Putra dan Aksari (2018), potongan harga khususnya berpengaruh positif dan sangat signifikan terhadap keputusan pembelian produk selama menggunakan aplikasi Grabfood di Kota Medan.

Berdasarkan teori-teori para ahli diatas diskon harga menjadi hal penting karna dapat menarik perhatian dari para pelanggan dengan mengurangi harga yang berlaku.

Teori Pengaruh Promosi Produk Terhadap Keputusan Pelanggan

Menurut Hasan (2016:367), menurut studinya, promosi adalah proses penyampaian karakteristik bauran pemasaran yang sangat penting untuk diterapkan oleh bisnis saat mempromosikan produk mereka.

Menurut Sunyoto (2014), dalam penelitiannya menyatakan bahwa promosi adalah bentuk akan pengenalan produk yang mana hal ini akan berdampak kepada produk yang dikenal oleh masyarakat.

Berdasarkan teori-teori para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa promosi menjadi pemasaran yang baik dalam memperkenalkan aplikasi tersebut kepada pelanggan.

Teori Pengaruh Kualitas Layanan, Diskon Harga Dan Promosi Produk Terhadap Keputusan Pelanggan

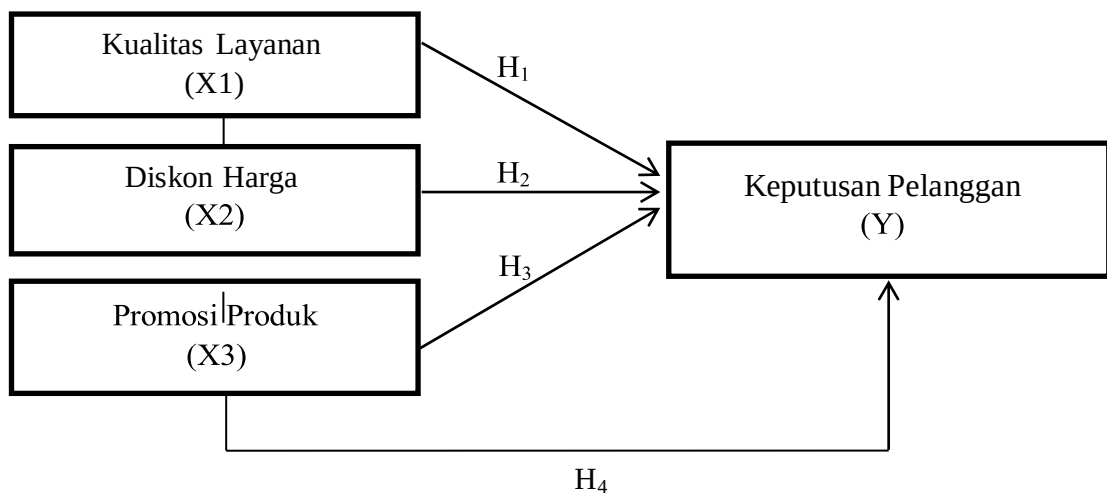
Proses pengambilan keputusan dapat dilihat sebagai hasil dari proses mental atau kognitif yang mengarah pada pilihan dari sekelompok kemungkinan tindakan. (Suryani, 2018:20).

pengambilan keputusan konsumen dijelaskan oleh Effendi (2016:248), adalah momentum yang dibuat oleh sekelompok orang yang secara cermat melakukan pengamatan karakteristik suatu produk, merek, atau layanan dan melakukan proses seleksi untuk memilih di antara satu atau lebih alternatif jawaban atas suatu kebutuhan.

Berdasarkan teori diatas dapat disimpulkan bahwa keputusan pelanggan menjadi penentuan apakah aplikasi grab dapat digunakan atau tidak.

3. Kerangka Konseptual

Didasari rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu, untuk melihat pengaruh variable Kualitas Layanan, Diskon Harga, dan Promosi Produk terhadap Keputusan Pelanggan menggunakan Layanan Aplikasi Grab di Kota Medan.



Gambar 3.1 Kerangka Konseptual

4. Hipotesis Penelitian

- H₁ Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan menggunakan layanan aplikasi grab di kota Medan
- H₂ Diskon harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan menggunakan layanan aplikasi grab di kota Medan
- H₃ Promosi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan menggunakan layanan aplikasi grab di kota Medan
- H₄ Kualitas layanan, diskon harga, dan promosi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan menggunakan layanan aplikasi grab di kota Medan