

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Persaingan bisnis tidak hanya terjadi pada bisnis retail, perumahan maupun hotel, namun dapat dirasakan terjadi pula alat transportasi. Di zaman canggih sekarang ini banyak bermunculan usaha transportasi yang semakin canggih dalam mengakses, seperti transportasi *online*. Jasa transportasi *online* memiliki peranan penting bagi keberlangsungan kegiatan manusia tanpa harus bersusah payah dalam mencari transportasi yang ingin digunakan karena melalui jasa transportasi *online* seseorang menjadi lebih mudah mengjangkau sesuatu yang dibutuhkan dan ingin bepergian kemanapun sesuai tempat yang ingin dikunjungi.

Saat ini transportasi *online* banyak bermunculan baik mobil maupun sepeda motor, jasa yang diberikan oleh perusahaan transportasi juga dapat berupa alat transportasi yang mengantarkan seseorang ke tujuan yang diinginkan sampai mengantarkan pesanan yang konsumen inginkan. Jasa yang diberikan oleh perusahaan transportasi mempunyai keunggulan tersendiri yang ditawarkan kepada pelanggan. Strategi pemasaran menjadi hal penting yang harus dijalankan perusahaan untuk mewujudkan kepuasan pelanggan yang maksimal dan mempertahankan pelanggan agar tidak berpindah ke jasa transportasi lainnya.

Perusahaan penyedia jasa transportasi *online* yang masih beroperasi sampai saat ini di Kota Medan, yaitu: Go-Jek, Grab, Maxim, dan In-Drive pastinya memiliki layanan serta keunggulan dan kelemahan yang berbeda untuk setiap layanan yang diberikan.

Go-Jek memiliki 23 jenis layanan antara lain GoRide, GoCar, GoFood, GoSend, GoPulsa, dan masih banyak lagi. Transportasi Go-Jek juga memiliki fasilitas pembayaran secara non tunai yaitu gopay (uang elektronik), yang bisa digunakan juga di beberapa supermarket (seperti: indomaret, alfamart dan alfamidi) dan serta fasilitas paylater (beli sekarang bayar nanti), dimana paylater dapat digunakan konsumen jika tidak memiliki dana untuk bisa membayar langsung dan tagihan tersebut akan dibayarkan pada setiap akhir bulan.

Transportasi *online* lainnya yaitu Grab, Grab memiliki 16 jenis layanan antara lain GrabFood, GrabBike, GrabCar, GrabMart, dan masih banyak lagi. Transportasi Grab memiliki fasilitas pembayaran non tunai yang terlink dari aplikasi OVO, pada Grab tidak terdapat fasilitas paylater.

Transportasi *online* berikutnya yaitu In-Drive, In-Drive memiliki 5 jenis layanan antara lain mobil, motor, kargo, kurir serta antarkota. Transportasi In-Drive memiliki fasilitas untuk setiap penumpang bisa menawar harga kepada pengemudi jika harga tersebut cocok/sesuai maka pengemudi akan menjemput penumpang. Pembayaran yang dilakukan masih secara manual dengan menyerahkan uang sesuai tarif kesepakatan kepada pengemudi.

Transportasi *online* selanjutnya yaitu Maxim, Maxim memiliki 12 jenis layanan antara lain MaximBike, MaximFood, MaximShop, MaximCar, MaximKargo dan masih banyak lagi. Transportasi Maxim memiliki fasilitas pembayaran secara tunai maupun non tunai (dompet maxim) dan tidak terdapat fasilitas paylater.

Jasa transportasi *online* merupakan bentuk pelayanan jasa yang diberikan perusahaan kepada pelanggan melalui pemesan yang dilakukan secara virtual dengan menggunakan suatu aplikasi yang berfungsi untuk mengantarkan pelanggan dari satu tempat ke tempat tujuan dengan memberikan pelayanan yang terbaik selama di perjalanan atau membeli/mengantarkan pesanan pelanggan yang diinginkan.

Pelayanan yang berkualitas dapat memberikan kepuasan tersendiri kepada pelanggan, karena dengan pelayanan yang berkualitas yang diberikan oleh jasa transportasi *online* terhadap pelanggan dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan. Inisiatif dari jasa transportasi *online* juga sangatlah berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dalam menilai kualitas pelayanan digunakan lima dimensi kualitas pelayanan yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty*.

Kepuasan pelanggan menjadi salah satu faktor penting dalam menjalankan suatu usaha bisnis. Dengan terpenuhinya kepuasan pelanggan sebagai faktor penting karena hal tersebut merupakan strategi bisnis jangka panjang dan sebagai motivasi bagi perusahaan untuk melakukan lebih dalam memenuhi kebutuhan pelanggan setianya, maka perusahaan harus dapat mengatasi masalah yang terjadi agar pelanggan puas dengan perusahaan karena pelanggan yang puas dengan transportasi *online* akan mendatangkan keuntungan bagi perusahaan.

Banyak terjadi pengaduan terhadap pelayanan dari transportasi *online* yang belum bisa memberikan kepuasan bagi pelanggan seperti: pengemudi merokok saat mengemudi, pengemudi ugal-ugalan, pengemudi menggunakan *handphone* saat mengendarai kendaraan, kondisi kendaraan yang kurang baik, pengemudi tidak mau diberi tahu, pengemudi membatalkan secara sepihak, sulitnya mendapatkan pengemudi, pengemudi meminta orderannya dibatalkan, serta pengemudi tidak jujur pada konsumen. (sumber: <https://ylki.or.id/2017/07/warta-konsumen-transportasi-online-kawan-atau-lawan/>).

Dengan ketatnya persaingan, penentuan harga juga harus mempertimbangkan fasilitas yang didapat oleh pelanggan. Faktor tersebut sangat berpengaruh bagaimana pelanggan dapat merasakan kepuasan karena harga yang diberikan sesuai dengan fasilitas yang didapatkan. Penentuan harga dari transportasi *online* saat ini masih kurang membuat puas pelanggan hal ini terjadi karena beberapa faktor yaitu faktor cuaca serta faktor hari, dimana jika cuaca hujan harga yang ditawarkan oleh jasa transportasi *online* relatif mahal dan sulit untuk mendapatkan keberadaan pengemudi. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu terhadap pengguna jasa transportasi *online* mengatakan bahwa perbedaan harga berdasarkan faktor hari yaitu jika hari kerja (*weekdays*) harga yang ditawarkan relatif terjangkau, kebalikannya dari hari libur (*weekend*) harga yang ditawarkan relatif mahal. Tinggi rendahnya harga yang ditawarkan oleh jasa transportasi *online* dapat mempengaruhi

minat dari konsumen untuk menggunakan transportasi *online* dimana hal tersebut juga dapat berdampak pada citra perusahaan transportasi *online* yang membuat pelanggan berpikir untuk berpindah menggunakan jasa transportasi umum.

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel *Intervening* pada Konsumen Pengguna Aplikasi Transportasi *Online* pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Prima Indonesia T.A. 2021-2022”.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas dapat diidentifikasi masalah penelitian sebagai berikut:

1. Masih rendahnya kualitas pelayanan aplikasi transportasi *online*.
2. Adaya perbedaan harga dari aplikasi transportasi *online*.
3. Rendahnya minat konsumen untuk menggunakan aplikasi transportasi *online* dimana dapat berdampak pada citra perusahaan dari transportasi *online*.
4. Citra perusahaan transportasi *online* belum memberi kenyamanan pada pelanggan.

## **1.3 Pembatasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dari identifikasi masalah maka peneliti melakukan batasan masalah hanya pada: variabel kualitas pelayanan, citra perusahaan dan harga terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening* pada konsumen pengguna aplikasi transportasi *online* pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Prima Indonesia T.A. 2021-2022.

## **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan masalah yang ada dapat dirumuskan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna aplikasi transportasi *online*?
2. Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna aplikasi transportasi *online*?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna aplikasi transportasi *online*?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna aplikasi transportasi *online*?
5. Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna aplikasi transportasi *online*?
6. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna aplikasi transportasi *online*?

7. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada konsumen pengguna aplikasi transportasi *online*?
8. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada konsumen pengguna aplikasi transportasi *online*?
9. Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada konsumen pengguna aplikasi transportasi *online*?
10. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada konsumen pengguna aplikasi transportasi *online*?

### 1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian yang telah ada sebelumnya dapat dirumuskan tujuan penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna aplikasi transportasi *online*.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna aplikasi transportasi *online*.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna aplikasi transportasi *online*.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pada pengguna aplikasi transportasi *online*.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna aplikasi transportasi *online*.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna aplikasi transportasi *online*.
7. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna aplikasi transportasi *online*.
8. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada pengguna aplikasi transportasi *online*.
9. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada pengguna aplikasi transportasi *online*.
10. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada pengguna aplikasi transportasi *online*.

### 1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yaitu:

1. Bagi Peneliti  
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat tambahan informasi dan wawasan pengetahuan mengenai pengaruh kualitas layanan, citra perusahaan dan

harga terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening* pada konsumen pengguna aplikasi transportasi *online*.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi dan kontribusi perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan agar makin membuat citra perusahaan semakin terkenal dan dapat mempertahankan bisnis transportasi *online*.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi dan kontribusi dalam pengembangan teori di bidang manajemen pemasaran.