

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Layanan yang menyediakan kendaraan dikenal sebagai layanan transportasi. Karena hubungannya dengan distribusi barang, jasa, dan tenaga kerja, transportasi berperan dalam pembangunan ekonomi. Kendaraan online beberapa contoh layanan transportasi yang sering digunakan, transportasi ini banyak digunakan di masyarakat karena kelebihannya dapat melewati sela-sela jalan saat terjadi kemacetan, lebih efisien, dan lebih efektif dari transportasi lainnya.

Awalnya ojek dapat kita temukan dalam pangkalannya, para pengemudi ojek akan menunggu datangnya pelanggan. Biasanya di persimpangan jalan ramai, di depan gang, dan daerah pemukiman. Disini lah terjadi proses tawar menawar dan kesepakatan harga dari pengemudi ojek terhadap pelanggannya. Kemudian pengemudi ojek akan mengantar ke tujuan yang diinginkan pelanggannya.

Perkembangan teknologi semakin pesat dengan perkembangan teknologi saat ini yang membuat teknologi sudah menjadi kebutuhan pokok setiap manusia. Jasa transportasi ojek juga mengalami inovasi menjadi ojek berbasis online. Layanan ini membantu calon penumpang dengan memesan ojek dari sebuah aplikasi di Smartphone. Aplikasi ojek online menyediakan cara yang efektif dan simple bagi calon pelanggannya karena aplikasi ini penumpang sudah tidak harus tawar menawar dan pengemudi ojek akan datang menjemput sesuai keinginan pelanggannya. Hal ini memberikan rasa ketertarikan bagi calon pelanggan lainnya untuk menggunakan aplikasi ojek online.

Di Medan, ada banyak perusahaan internet yang menawarkan layanan ojek, antara lain Gojek, Grab Bike, Indriver, dan Maxim. Karena maraknya aplikasi ojek online dan meningkatnya persaingan, bisnis harus lebih waspada ketika memutuskan metode untuk mengungguli pesaing mereka dan memuaskan klien mereka. Jika pelanggan senang dengan layanan yang mereka terima, mereka akan tetap menjadi pelanggan setia dan merujuk layanan tersebut kepada orang lain, mendatangkan klien baru untuk bisnis.

Faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan yang pertama adalah kualitas layanan. Faktor ini dimulai dari sistem pelayanan, kenyamanan pelanggan, kemudahan pelanggan dan sumber daya manusia. Pada aplikasi ojek online banyak sistem pelayanan yang diterapkan mulai dari aplikasi ojek online yang mudah digunakan, pengemudi harus memperhatikan kenyamanan penumpangnya, adanya penilaian terhadap pengemudinya, dan kemudahan dalam mendapatkan pengemudinya.

Selanjutnya minat beli adalah penilaian sikap/respon yang diberikan pelanggan terhadap jasa yang ditawarkan karena jasa tersebut mempunyai nilai dan merasakan manfaatnya secara langsung dan mendapatkannya dengan cara membayar jasa tersebut. Minat beli sangat diperlukan pada perusahaan ojek online karena produk yang ditawarkan tidak terlihat melainkan dirasakan manfaatnya. Jika pelanggan memiliki rasa ketertarikan/minat dengan jasa yang ditawarkan pelanggan tersebut akan mengambil keputusan untuk selalu menggunakannya.

Harga yang ditawarkan kepada konsumen untuk mendapatkan produk jasa yang perusahaan tawarkan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Jika perusahaan memberikan harga yang sesuai dengan keinginan konsumen maka konsumen akan menggunakan produk/jasa kita. Pada trasnsportasi ojek online harga yang ditawarkan bervariasi strategi ini dilakukan agar pelanggan dapat memilih harga yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Berdasarkan latar belakang yang terjadi maka penulis akan mengajukan judul **“Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Minat Beli dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Penggunaan Ojek Online”**

I.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut,maka dibuat identifikasi masalah pada penelitian ini,yaitu :

1. Kualitas Layanan yang belum begitu baik yang diberikan jasa transportasi ojek online.
2. Minat Beli yang menurun terhadap jasa transportasi ojek online.
3. Harga yang ditawarkan jasa transportasi online mengalami kenaikan.
4. Penurunan yang terjadi pada jasa transportasi ojek online karena mulai melemahnya dalam pelayanan, mengevaluasi minat beli dan harga layanannya.

I.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan Identifikasi masalah yang telah disampaikan,maka dapat disajikan masalah pokok,yaitu:

1. Bagaimana pengaruh Kualitas Layanan terhadap kepuasan pelanggan pada transportasi ojek online?
2. Bagaimana pengaruh Minat Beli terhadap kepuasan pelanggan pada transportasi ojek online?
3. Bagaimana pengaruh Harga terhadap kepuasan pelanggan pada transportasi ojek online?
4. Bagaimana pengaruh Kualitas Layanan, Minat Beli dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan?

I.4 Teori Tentang Kualitas Layanan

I.4.1 Pengertian Kualitas Layanan

Kualitas layanan adalah keadaan dinamis yang terkait erat dengan produk, layanan, dan sumber daya manusia, menurut Fandy Tjiptono (2005). Selain itu, lingkungan dan prosedur yang lebih sesuai atau bahkan di atas tingkat kualitas layanan yang diinginkan.

I.4.2 Indikator Kualitas Layanan

Menurut Zeithaml, Parasuraman & Berry (Hardiansyah 2011:46) untuk mengetahui kualitas pelayanan yang dirasakan secara nyata oleh konsumen, ada indikator kualitas pelayanan yang terletak pada lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu:

- a. Tangible: kualitas layanan yang diwakili oleh fasilitas kantor fisik dan formulir komputerisasi Administrasi, ruang tunggu, meja informasi. Indikatornya adalah tampilan resmi/perangkat Saat melayani pelanggan, kenyamanan lokasi layanan dan kenyamanan proses Melayani.

- b. Keandalan: kemampuan dan kehandalan untuk menyediakan layanan yang handal dapat dipercaya. Indikatornya adalah ketepatan petugas pelayanan, ada standar pelayanan yang jelas, kemampuan seorang petugas/instansi dalam menggunakan alat bantu dalam menjalankan tugas pelayanan.
- c. Responsiveness: kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan Menanggapi kebutuhan konsumen dengan cepat dan akurat. Indikator merespons Setiap klien/pemohon, petugas/peralatan yang ingin mendapatkan layanan akan melakukannya Pelayanannya cepat dan petugas/instansi memberikan pelayanan dengan benar.
- d. Assurance (jaminan): kemampuan dan keramahan serta kesopanan karyawan dalam menjamin kepercayaan konsumen. Indikatornya adalah petugas memberikan jaminan tepat waktu pelayanan, petugas memberikan jaminan biaya dalam pelayanan, petugas memberikan jaminan legalitas dalam pelayanan
- e. Empati (Empati). : sikap karyawan yang tegas namun penuh perhatian terhadap konsumen. Indikatornya mengutamakan kepentingan pelanggan,petugas melayani dengan sikap ramah

I.5 Teori Tentang Minat Beli Konsumen

I.5.1 Pengertian Minat Beli Konsumen

Minat beli menurut Assael (2001) adalah kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau melakukan aktivitas yang berhubungan dengan pembelian yang dapat diukur dengan kemungkinan pelanggan akan melakukan pembelian.

I.5.2 Indikator Minat Beli Konsumen

Indikator minat beli dalam penelitian ini adalah: Kemauan untuk membeli suatu barang atau jasa Ceritakan hal-hal positif, cenderung merekomendasikan.

I.6 Teori tentang pengaruh harga

I.6.1 Pengertian tentang pengaruh harga

Menurut Kotler (2001), harga didefinisikan sebagai jumlah yang dibebankan untuk suatu produk jasa. Artinya, harga adalah jumlah dari nilai yang harus dibayar konsumen untuk memiliki atau mendapatkan keuntungan dari suatu produk atau jasa.

I.6.2 Indikator Pengaruh Harga

Menurut terjemahan Sabaran, Kotler dan Armstrong (2012:278), terdapat empat indikator harga yaitu keterjangkauan layanan lain; kesesuaian harga dan kualitas layanan; daya saing harga dengan layanan lain; kesesuaian harga dan penawaran.

I.7 Teori tentang Kepuasan Pelanggan

I.7.1 Pengertian teori kepuasan pelanggan

Menurut Kotler (2005), kepuasan pelanggan adalah jumlah atribut produk atau layanan. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2014), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja yang diharapkan.

I.7.2 Indikator Kepuasan Pelanggan

Kotler (1996) mengidentifikasi 4 ukuran untuk mengukur kebahagiaan konsumen atau pelanggan. metode, seperti ghost shopping, analisis pelanggan, keluhan dan saran, dan survei kepuasan pelanggan, yang digunakan untuk mengukur seberapa puas pelanggan dengan produk atau layanan.

I.8 Peneliti Terdahulu

Tabel 1.1
Peneliti Terdahulu

No	Nama & Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Mathodah S. (2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Driver Ojek Online terhadap Kepuasan Konsumen pada Gojek Area Tangerang Selatan	Variabel Independen adalah Kualitas Pelayanan sedangkan variabel dependen adalah Kepuasan Konsumen	Hasil deskripsi kuesioner menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dirver ojek online Gojek di wilayah Tangerang Selatan dipersepsikan baik.
2	Muhamad Yusuf Alwi, Ryna Parlyna, Nurdin Hidayat (2021)	Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Ojek Online X	Variabel Independen adalah Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan Sedangkan, variabel dependen adalah Loyalitas Pelanggan	Pengaruh positif dan signifikan antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna ojek online Grab pada mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Negeri Jakarta
3	Siti Solikha, Imam Suprapta (2020)	Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pt. Go Jek)	Variabel Independen adalah Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan sedangkan variabel dependen adalah Keputusan Pelanggan	Hanya terbatas dalam variabel harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT GO-JEK.
4	Stella Alvianna, Ika Husnita, Syarif Hidayatullah (2021)	Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Panderman Coffe Shop di Masa Pandemi Covid-19	Variabel Independen adalah Harga, Kualitas Pelayanan sedangkan variabel dependen adalah Kepuasan Pelanggan	Pada masa pandemi Covid-19 Harga berpengaruh dominan terhadap Kepuasan Pelanggan di Panderman Coffee Shop Hotel Aria Gajayana Malang
5	Adhitya Rinaldi, Suryono Budi Santoso (2018)	Analisis Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening	Variabel Independen adalah Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, Kualitas Pelayanan, sedangkan variabel dependen adalah Kepuasan Pelanggan	Kualitas Sistem menjadi faktor paling berpengaruh dalam menentukan Kepuasan Pelanggan pada penelitian ini

I.9 Teori Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut Parasurman (1988:23), kualitas layanan yaitu Pendapat evaluatif konsumen terhadap layanan yang mereka terima pada periode tertentu tercermin dalam tingkat kualitas layanan. Signifikansi dimensi layanan digunakan untuk mengukur kualitas layanan.

I.10 Teori Pengaruh Minat Beli Konsumen terhadap Kepuasan Pelanggan

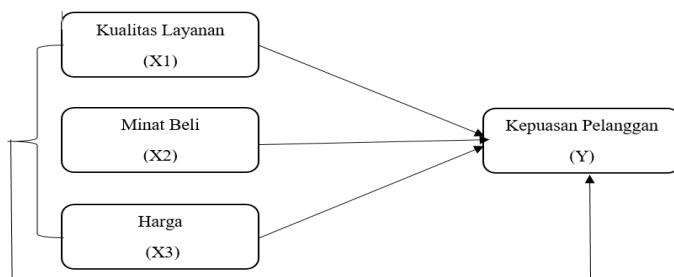
Kotler mendefinisikan minat beli konsumen sebagai perilaku konsumen di mana pelanggan memutuskan apakah akan membeli atau memilih produk berdasarkan pengalaman masa lalu dengan membuat keputusan tersebut.

I.11 Teori Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Harga memiliki dampak signifikan pada apakah pelanggan memilih untuk menggunakan barang atau jasa yang diberikan atau tidak. Pelanggan dapat memutuskan apakah harga yang kami tawarkan sesuai dengan kebutuhan mereka dengan melihat harga. Perusahaan dapat menggunakan berbagai strategi, seperti promosi harga, potongan harga, dan lainnya, untuk menarik pelanggan.

I.12 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual yang dapat diungkapkan sebagai berikut dapat digunakan untuk menggambarkan bagaimana kualitas layanan, minat beli dan harga berdampak pada kepuasan pelanggan berdasarkan uraian yang diberikan di atas:



Gambar 1.1 Kerangka Konseptual

I.13 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah serta kerangka fikir atau konseptual maka hipotesis dari penelitian ini sebagai berikut :

H1: Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada transportasi Ojek online.

H2: Minat Beli berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada transportasi Ojek online.

H3: Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada transportasi Ojek online.

H4: Kualitas layanan, Minat beli dan Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada transportasi ojek online.