

BAB 1

PENDAHULUAN

1. 1 Latar Belakang

Transportasi merupakan sarana pemindahan manusia atau suatu barang dari suatu tempat ke tempat yang lain dengan menggunakan alat bantu kendaraan darat, laut, udara baik umum atau milik pribadi yang sangat dibutuhkan, dikarenakan dengan adanya transportasi dapat membantu kinerja dalam melakukan aktivitas dan memenuhi kebutuhan sehari-hari. Tetapi untuk mengakses alat transportasi umum akan lebih menghabiskan banyak waktu karena harus mendatangi terminal, stasiun atau bandara. Hal ini menjadikan transportasi umum kurang diminati di masyarakat, bahkan masyarakat lebih memilih transportasi online sebagai alternatif transportasi umum.

Beberapa perusahaan yang bergerak dibidang transportasi online di Kota Malang antara lain Gojek, Grab, Maxim dan masih banyak yang lainnya. Salah satu perusahaan ojek online yang sedang berkembang pesat di Kota Malang yaitu Gojek, Gojek merupakan perusahaan yang didirikan oleh anak bangsa yang bernama Nadiem Makarim bersama rekannya Michaelangelo Moran yang terbentuk pada bulan Maret 2010 dan baru dikenal masyarakat pada tahun 2014. Menurut Kotler & Keller (2016), mengatakan bahwa dengan teknologi digital yang semakin melaju dengan pesat, konsumen sangat mengharapkan perusahaan lebih merespon keadaan mereka, lebih memenuhi kepuasan, bahkan lebih dari membuat konsumen terkesan. Yang mereka harapkan justru perusahaan diharuskan lebih mendengarkan pendapat konsumen serta memberikan tanggapan mengenai pertanyaan yang konsumen ajukan.

Untuk meningkatkan loyalitas konsumen ditengah persaingan perusahaan jasa dibidang transportasi online dibutuhkan kualitas pelayanan jasa yang baik. Dengan mengetahui apa yang diinginkan oleh pelanggannya, perusahaan dapat menghasilkan produk dan pelayanan yang tepat sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen. Apabila perusahaan dapat menghasilkan produk atau jasa sesuai dengan kebutuhan konsumen, diharapkan konsumen akan merasa puas dan menjadi loyal (Dennisa & Santoso, 2016). Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan.

Kepuasan konsumen dapat terbentuk melalui pendekatan antara perusahaan dan pelanggan baik secara langsung atau secara tidak langsung. Pendekatan tersebut bertujuan agar pelanggan dapat berinteraksi, memberikan tanggapan dan penilaian terhadap pelayanan yang telah diberikan. Kepuasan konsumen sangat penting bagi

perusahaan, untuk bertahan dalam persaingan bisnis dibidang jasa transportasi online, kelangsungan hidup perusahaan Gojek sangat tergantung pada kepuasan para pelanggannya. Menurut Samantha & Almalik (2019) kepuasan konsumen terletak pada hubungan antara harapan dengan persepsi pelayanan yang dirasakan oleh konsumen. Apabila jasa sesuai dengan harapan dari konsumen maka mereka akan puas. Konsumen yang merasa puas cenderung akan melakukan pembelian ulang serta memberi tahu orang lain (*word of mouth*) tentang pengalaman yang didapat dari pelayanan jasa tersebut. Apabila konsumen tidak merasa puas, mereka cenderung akan beralih ke perusahaan pesaing dan kemungkinan buruknya lagi konsumen bisa saja menceritakan ketidakpuasannya pada orang lain sehingga akan merusak citra merek dan perusahaannya.

Dalam rangka mendukung terwujudnya sifat loyal konsumen terhadap Gojek maka dibutuhkan suatu kepuasan akan jasa yang diberikan. Loyalitas terbentuk melalui proses belajar dan hasil pengalaman seorang konsumen yang telah melakukan pembelian secara konsisten sepanjang waktu (Anggraini, 2020). Pelanggan akan membeli secara berulang apabila produk dan pelayanan yang diberikan sudah sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan, hal ini dapat dinyatakan bahwa sudah timbul rasa kesetiaan pelanggan. Menurut Tjiptono & Chandra (2012) loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten.

Berdasarkan uraian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa penerapan kualitas pelayanan yang baik akan timbul rasa puas yang berdampak positif dan dapat menimbulkan loyalitas konsumen. Penulis ingin menerapkan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan kepada Mahasiswa STIE Malangkuçeçwara untuk menciptakan Loyalitas Konsumen pada PT. Gojek Indonesia, maka penulis tertarik membuat judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen PT. Gojek Indonesia Pada Mahasiswa STIE Malangkuçeçwara Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi”.

1. 2 Rumusan Masalah

Beberapa kajian empiris menyebutkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan akan membantu terciptanya loyalitas konsumen. Perusahaan yang menerapkan pelayanan yang baik akan lebih mudah untuk mempengaruhi konsumen untuk puas terhadap kinerja. Dengan demikian konsumen akan loyal terhadap perusahaan. Rumusan masalah ini menjadi dasar peneliti untuk mengajukan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Konsumen PT. Gojek Indonesia Pada Mahasiswa STIE Malangkuçeçwara?

2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen PT. Gojek Indonesia Pada Mahasiswa STIE Malangkuçeçwara?
3. Apakah Kepuasan Konsumen berpengaruh positif terhadap Loyalitas Konsumen PT. Gojek Indonesia Pada Mahasiswa STIE Malangkuçeçwara?
4. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Konsumen PT. Gojek Indonesia Pada Mahasiswa STIE Malangkuçeçwara dengan Kepuasan Konsumen sebagai variabel mediasi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan-pertanyaan rumusan masalah di atas, dapat disimpulkan tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bertujuan untuk mengetahui apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Konsumen PT. Gojek Indonesia Pada Mahasiswa STIE Malangkuçeçwara.
2. Bertujuan untuk mengetahui apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen PT. Gojek Indonesia Pada Mahasiswa STIE Malangkuçeçwara.
3. Bertujuan untuk mengetahui apakah Kepuasan Konsumen berpengaruh positif terhadap Loyalitas Konsumen PT. Gojek Indonesia Pada Mahasiswa STIE Malangkuçeçwara.
4. Bertujuan untuk mengetahui apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Konsumen PT. Gojek Indonesia dengan Kepuasan Konsumen sebagai variabel mediasi.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, antara lain :

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat, yaitu :

- a. Dapat menambah wawasan dan dapat menjadi referensi dan juga dapat memberikan informasi teoritis dan empiris bagi para pembacanya.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut :

a. Bagi Penulis

Dapat menambah wawasan dan ilmu bagi penulis serta dapat menerapkan teori-teori yang diperoleh selama perkuliahan terutama yang berkaitan dengan pemasaran jasa, dan penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi orang lain.

b. Bagi Mahasiswa

- 1) Sebagai bahan masukan untuk menambah karya tulis yang dapat dijadikan motivasi dalam penelitian selanjutnya yang ada hubungannya dengan penelitian ini.
- 2) Sebagai penghubung antara pihak perusahaan dengan jurusan manajemen, sehingga terjalin kerjasama yang baik diantara dua belah pihak.
- 3) Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan evaluasi dan pengetahuan mengenai tingkat pemahaman teori oleh mahasiswa.
- 4) Sebagai wadah untuk mengaplikasikan dan membandingkan pengalaman ilmu yang diperoleh selama perkuliahan.
- 5) Untuk mengetahui permasalahan yang pernah terjadi di perusahaan dan untuk mengetahui sejauh mana teori ini diterapkan pada suatu perusahaan untuk menyelesaikan masalah dan mengambil sebuah keputusan.