

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman, kemajuan teknologi juga tidak terlepas dari itu pemanfaatannya bagi masyarakat. Perkembangan teknologi tersebut di bidang komunikasi. Teknologi komunikasi semakin berkembang yang tadinya dimulai dari manusia yang saling bertukar surat untuk mengirimkan pesan jarak jauh sampai hingga ditemukannya telepon genggam, smartphone dan internet yang akhirnya membawa komunikasi ke era digital. Di era digital seperti saat ini alat transportasi dan komunikasi tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia. Dua hal tersebut sering digunakan untuk mempermudah segala pekerjaan manusia. Kecanggihan alat transportasi di zaman sekarang ini tidak dapat dielakan lagi. Hal ini terbukti dengan adanya berbagai bidang seperti dari bidang komunikasi. Pemanfaatan teknologi bukan hanya di bidang komunikasi saja tetapi teknologi dimanfaatkan pada bidang pendidikan, ekonomi, pertanian, keamanan, transportasi dan lain-lain.

Teknologi yang telah di adaptasi inilah mendorong pelaku usaha untuk semakin kreatif dan inovatif menciptakan bisnis baru, terutama bisnis yang menyediakan jasa transportasi. Setiap individu saat ini membutuhkan transportasi yang cepat, nyaman, aman dan mudah ditemukan. Oleh karena itu, untuk memenuhi kebutuhan akan jasa transportasi tersebut, perlu adanya penyedia jasa yang memberikan pelayanan yang baik dan inovatif. Jasa transportasi yang memiliki pelayanan yang baik dan inovatif serta cepat dari segi komunikasi untuk pemesanan, sehingga masyarakat lebih memilih jasa tersebut karena cukup mudah dan cepat. Guna mendapatkan loyalitas para pelanggan perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang baik dan tepat agar mempengaruhi loyalitas pelanggannya. Loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa transportasi di dorong oleh kualitas pelayanan yang diberikan oleh jasa transportasi tersebut, kepuasan yang didapatkan dan dirasakan oleh pelanggan, serta nilai-nilai yang difikirkan pelanggan. Perusahaan dikatakan baik jika mampu memberikan pelayanan yang baik kepada

pelanggan dengan itu akan membuat citra positif bagi perusahaan. Pelayanan yang baik mendorong minat pelanggan untuk menggunakan kembali jasa tersebut sehingga tercipta loyalitas. Perusahaan yang menjual jasa berarti menjual produknya dalam bentuk kepercayaan, sehingga dapat memberikan pelayanan terbaik untuk konsumen sebagai tolak ukur keberhasilan suatu usaha. Perusahaan yang berhasil memasarkan produk/jasanya kepada konsumen dengan pelayanan yang memuaskan akan mendapatkan nama yang baik dimata konsumen. Pelayanan yang dimaksud termasuk dari pelayanan sewaktu menawarkan produk/jasa, pelayanan ketika memberikan jasa, pelayanan atas resiko yang terjadi saat memberikan jasa dan pelayanan lain sebagainya.

Transportasi darat merupakan suatu kendaraan yang menggunakan jalur darat sebagai jalannya baik untuk mengangkut penumpang maupun barang. Jasa transportasi darat yang saat ini ada di negara Indonesia yaitu mobil, bus, truck, kereta api, dan sepeda motor. Seiring perkembangan teknologi muncul transportasi berbasis online khususnya ojek online yaitu Gojek yang dapat di pesan melalui aplikasi Gojek

Gojek adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang pelayanan transportasi ojek. Gojek merupakan platform teknologi multi-layanan on-demand terkemuka di Asia Tenggara yang menyediakan akses ke berbagai layanan termasuk transportasi, pembayaran, pengiriman makanan, logistik, dan banyak lagi. Didirikan pada tahun 2010 dengan memberikan solusi atas permasalahan lalu lintas yang selalu ada. Gojek dimulai sebagai call center dengan armada yang hanya terdiri dari 20 tukang ojek. Perusahaan ini berdiri pertama kali di kota Jakarta pada tahun 2011. Peran gojek dalam mempermudah dan mendukung mobilitas para pengguna jasa tentu mengharapakan profit. Namun, untuk mencapai tujuan tersebut tidaklah mudah. persaingan dalam bisnis transportasi saat ini semakin tinggi seiring dengan semakin banyaknya perusahaan yang menawarkan jasa angkutan yang serupa transportasi kepada masyarakat.

Seiring berjalannya waktu, timbul beberapa masalah yang dirasakan oleh pengguna aplikasi gojek dalam sisi pelayanan, salah satunya yaitu keluhan para pengguna aplikasi gojek terhadap bukti fisik seperti helm dan jaket yang digunakan

memiliki bau yang kurang enak sehingga menimbulkan ketidaknyaman pada waktu saat pengantaran. Selain itu, keluhan yang dirasakan oleh pengguna aplikasi gojek yaitu terhadap kurangnya respon para driver untuk mengangkut para penumpang yang jarak tujuannya cukup jauh membuat banyak penumpang gojek beralih pada transportasi lain, padahal banyak driver gojek yang berada disekitar lokasi pengangkutan. Masalah lainnya yang dirasakan oleh pengguna seperti waktu penjemputan penumpang yang lebih lama, tidak adanya jaminan resiko tindak kriminal, serta kehandalan driver dalam membawa kendaraan. Oleh karena itu, berbagai masalah yang terjadi, memberikan dampak negative terhadap kepercayaan terhadap para konsumen pengguna jasa gojek sehingga memberikan efek menurunnya pemesanan jasa transportasi gojek. Kualitas pelayanan gojek perlu ditingkatkan kembali untuk dapat tetap mempertahankan dan menciptakan kepuasan para pelanggan.

Kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang yang ditimbulkan akibat hasil yang didapat sama dengan atau melebihi harapannya. Suatu perusahaan dikatakan baik jika mampu memberikan kepuasan serta pelayanan yang baik kepada pelanggan dengan itu akan membuat citra positif bagi perusahaan. Pelayanan yang baik mendorong minat pelanggan untuk menggunakan kembali jasa tersebut sehingga tercipta loyalitas. Perusahaan yang menjual jasa berarti menjual produknya dalam bentuk kepercayaan. Kepuasan pelanggan merupakan perbandingan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Pengguna layanan Gojek ini meliputi seluruh masyarakat Indonesia khususnya pada kalangan mahasiswa. Oleh karena itu, kami melakukan penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Aplikasi Gojek Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya” terhadap pelayanan dan fasilitas yang tersedia, mulai dari akses pemesanan hingga segala sesuatu yang berhubungan dengan kepuasan pengguna transportasi aplikasi gojek.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah diuraikan mengenai pelayanan jasa gojek terhadap konsumen, maka penulis merumuskan beberapa masalah sebagai berikut

1. Apakah variabel bukti fisik (*tangible*) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
2. Apakah variabel kehandalan (*reliability*) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
3. Apakah variabel daya tanggap (*responsiveness*) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
4. Apakah variabel empati (*emphaty*) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
5. Apakah variabel jaminan (*assurance*) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
6. Apakah kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Agar pembahasan penelitian ini tidak menyimpang dari permasalahan, lebih jelas, dan dapat dilakukan secara maksimal. Maka penulis akan membatasi ruang lingkup pembahasan yaitu Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Aplikasi Gojek Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Mahasiswa Diploma III Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya).

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan

Berdasarkan dengan penelitian diatas maka tujuan penulisan laporan akhir ini, yaitu:

1. Untuk menganalisis pengaruh variabel bukti fisik (*tangible*) terhadap kepuasan konsumen.
2. Untuk menganalisis pengaruh variabel kehandalan (*reliability*) terhadap kepuasan konsumen.
3. Untuk menganalisis pengaruh variabel daya tanggap (*responsiveness*) terhadap kepuasan konsumen.
4. Untuk menganalisis pengaruh variabel empati (*emphaty*) terhadap kepuasan konsumen.

5. Untuk menganalisis pengaruh variabel jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan konsumen.
6. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

1.4.2 Manfaat

Berdasarkan dengan penelitian diatas maka tujuan penulisan laporan akhir ini, yaitu:

1. Bagi Perusahaan Gojek
Sebagai saran atau masukan terhadap gojek untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen gojek.
2. Bagi Penulis
Diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan baru melalui pengalaman yang diperoleh selama melakukan penelitian, serta dapat mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya dibidang Manajemen Pemasaran.
3. Bagi Pihak Lain
Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan sebagai sumber refrensi bagi rekan-rekan mahasiswa dan pihak lainnya dalam melakukan penelitian lebih lanjut.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Agar penelitian ini tidak menyimpang dari permasalahan, lebih jelas, dan dapat dilakukan secara maksimal. Maka penulis akan membatasi ruang lingkup penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Aplikasi Gojek Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Mahasiswa Diploma III Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya).

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

- a. Data Primer
Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data Sugiyono (2016:225). Sumber data primer

didapatkan melalui kegiatan wawancara dengan subjek penelitian dan dengan observasi atau pengamatan langsung di lapangan. Data ini dikumpulkan dengan menggunakan teknik observasi langsung melalui penyebaran kuisioner, yaitu dengan menyebarkan daftar pertanyaan. Atau menggunakan *google form* yang dapat di sebarakan melalui *social media*. Dalam penelitian ini data diperoleh langsung dari konsumen yang pernah menggunakan jasa transportasi gojek yaitu mahasiswa Diploma III Admnistrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah suatu data yang sudah dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna jasa (Yuianto dkk:2018). Atau dengan kata lain data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung dari sumbernya tetapi melalui media perantara. Seperti buku-buku literatur, majalah, koran, atau langsung dari webside perusahaan gojek dan informasi yang relevan dengan masalah yang sedang diteliti.

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang ditempuh untuk memperoleh data yang diperlukan dalam suatu penelitian dengan menggunakan suatu alat tertentu. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Observasi

Menurut Sugiyono (2017:145), teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar. Dalam hal ini penulis melakukan observasi atau pengamatan langsung terhadap para konsumen pengguna jasa aplikasi Gojek.

b. Kuisoner

Menurut Sugiyono (2017:142), kuisoner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam hal ini penulis melakukan penyebaran kuisoner melalui *goggle form* yang di sebar melalui *social media* kepada mahasiswa Diploma III Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

c. Studi Pustaka

Menurut Sugiyono (2017:91), studi pustaka berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti, selain itu studi pustaka sangan penting dalam melakukan penelitian, hal ini dikenakan penelitian tidak akan lepas dari literatur-literatur ilmiah. Dalam hal ini penulis mencari data-data dari buku, jurnal, dan literatur yang relevan dengan judul yang penulis tulis.

1.5.4 Populasi dan Sempel

1. Populasi

Pengertian populasi menurut Sugiyono (2018,117) adalah wilayah generalisasi (suatu kelompok) yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Diploma III Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang pernah menggunakan layanan jasa aplikasi Gojek.

2. Sempel

Menurut Sugiyono (2018:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut sampel yang diambil dari populasi tersebut harus betul-betul representatif atau mewakili populasi yang diteliti.

Menurut Arikunto (2012:104) jika jumlah populasinya kurang dari 100 orang, maka jumlah sampelnya diambil secara keseluruhan, tetapi jika populasinya lebih besar dari 100 orang, maka bisa diambil 10-15% atau 20-25% dari jumlah populasinya. Berdasarkan pra survey yang telah dilakukan maka diperoleh sampel sebesar 90 orang Mahasiswa Diploma III Administrasi Bisnis yang pernah menggunakan layanan jasa aplikasi gojek. Maka dari itu yang akan menjadi sampel dari penelitian ini adalah 90 orang responden.

3. *Teknik Sampling*

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan cara sampling jenuh. Menurut Sugiyono (2018:84) teknik sampling jenuh (*saturation sampling*) yaitu teknik penentuan sampel bila anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relative kecil, atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Istilah lain sampling jenuh adalah sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sebagai sampel. Pengambilan sampel yaitu 90 orang responden pengambilan sampel tanpa pilih, yang didasarkan atas prinsip matematis yang telah teruji dalam praktek. Teknik ini dipandang sebagai teknik sampling paling baik dalam penelitian.

1.5.5 Analisis Data

Dalam penulisan laporan akhir ini, penulis menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017:8) Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Adapun dalam skla likert ini terdapat 5

jawaban dengan skala skor 1-5 yang dipilih oleh responden untuk menjawab setiap pertanyaan yang telah diberikan. Tingkatan tabel skala likert yang digunakan adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1
Pengukuran Skala Likert

No.	Penilaian	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Kurang Setuju (KS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: *Sudaryono, 2018*

1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2018:145) uji validitas adalah menunjukkan derajat ketetapan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang 33 dapat dikumpulkan oleh peneliti. Pengertian validitas tersebut menunjukkan ketepatan dan kesesuaian alat ukur yang digunakan untuk mengukur variabel. Alat ukur dapat dikatakan valid jika benar-benar sesuai dan menjawab secara cermat tentang variabel yang akan diukur. Validitas juga menunjukkan sejauh mana ketepatan pernyataan dengan apa yang dinyatakan sesuai dengan koefisien validitas. Kemudian menentukan terhadap konstruk apakah valid maka dicari nilai r table dengan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 22 for windows.

Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- a) Nilai r hitung $>$ r table, maka butir atau pertanyaan tersebut valid
- b) Jika r hitung $<$ r table, maka butir atau pertanyaan tersebut tidak valid

2. Uji Reabilitas

Menurut Ghazali, (2018:45) adalah alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu

kuisisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian dilakukan dengan menggunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 22 for windows.

Butir pertanyaan sudah dinyatakan valid dalam uji validitas akan ditentukan reliabilitasnya dengan kriteria sebagai berikut:

- a) Jika $r_{\alpha} > 0,60$ maka pertanyaan reliable
- b) Jika $r_{\alpha} < 0,60$ maka pertanyaan tidak reliable

3. Uji Signifikan Parsial (Uji-t)

Menurut Ghozali (2012:98) uji-t digunakan untuk menguji seberapa jauh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variabel dependen secara parsial. Pengujian dilakukan dengan menggunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 22 for windows.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji-t adalah sebagai berikut:

- a) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$, maka hipotesis ditolak.

Hipotesis di tolak mempunyai arti bahwa variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

- b) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$, maka hipotesis diterima.

Hipotesis tidak dapat ditolak mempunyai arti bahwa variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

4. Uji Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2016:171) Uji pengaruh simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 22 for windows.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji-f adalah sebagai berikut:

- a) Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$, maka Hipotesis ditolak, sebaliknya
- b) Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$, maka Hipotesis diterima, dengan F_{tabel} derajat kebebasan = (k-1, n-k, α).

5. Uji Regresi Linier Berganda

Uji Regresi Linier Berganda Regresi berganda yaitu untuk menganalisis seberapa besar pengaruh antara beberapa variabel independen. Dalam penelitian ini menggunakan model analisis regresi linier berganda. Model ini digunakan untuk mengetahui tentang pengaruh variabel *tangible* (Tb), *reliability* (Rb), *responsiveness* (Rp), *assurance* (Ar), *empathy* (Ep) dan kepuasan konsumen Gojek (Y).

Bentuk umum persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1Tb + b_2Rb + b_3Rp + b_4Ep + b_5Ar + e$$

Keterangan:

Y: Kepuasan Konsumen GO-JEK

α : Konstanta

Tb : *Tangible*

Rb : *Reliability*

Rp : *Responsiveness*

Ep : *Empathy*

Ar : *Assurance*

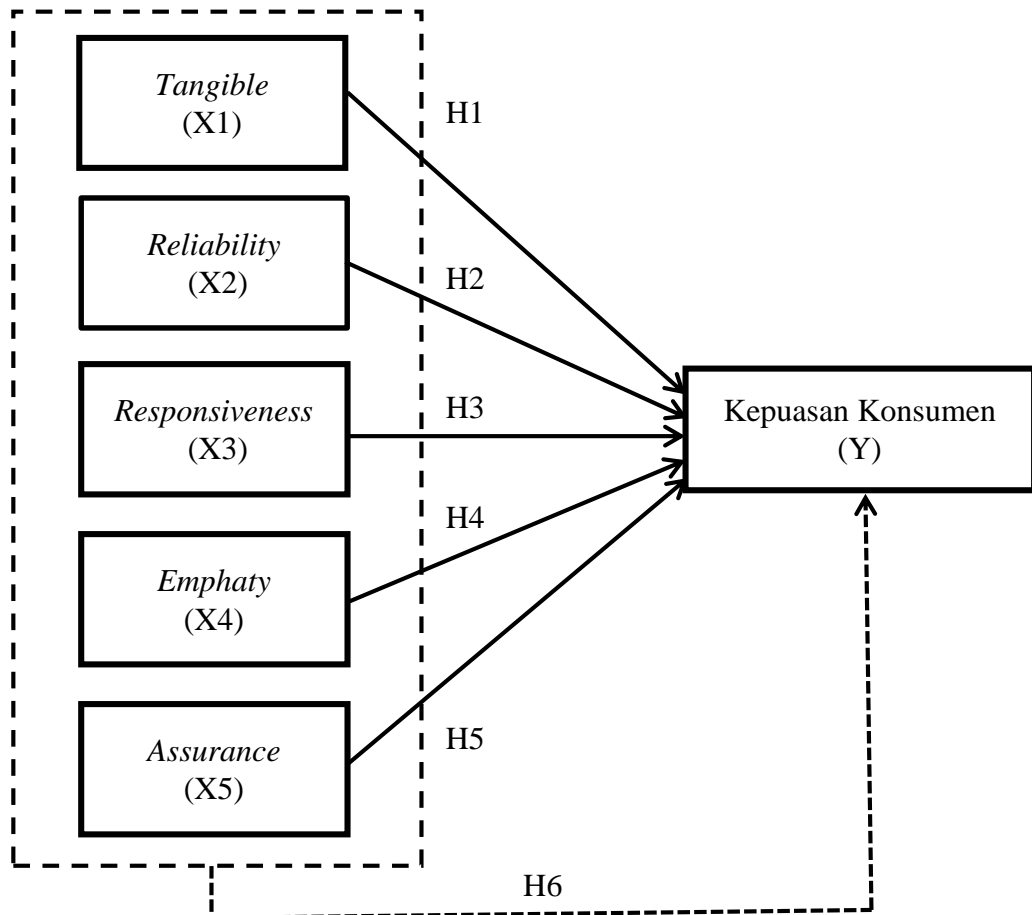
e : Tingkat kesalahan

1.6 Kerangka Berfikir

Pada penelitian ini penulis membuat kerangka pemikiran yang akan digunakan sebagai gambaran untuk memudahkan dalam memahami hubungan antara variabel X (variabel bebas) dan variabel Y (variabel terikat). Berikut ini

adalah kerangka berpikir variabel X (variabel bebas) kualitas pelayanan terhadap variabel Y (variabel terikat) kepuasan konsumen.

Gambar 1.1
Kerangka Berfikir



1.7 Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini, maka dapat muncul hipotesis sebagai berikut:

1. H1 (Hipotesis untuk variabel *tangible*)

H₀ : Tidak ada pengaruh yang signifikan variabel tangible terhadap variabel kepuasan konsumen.

H_a : Ada pengaruh yang signifikan variabel tangible terhadap variabel kepuasan konsumen.

2. H2 (Hipotesis untuk variabel *reliability*)
 - H_o : Tidak ada pengaruh yang signifikan variabel *reliability* terhadap variabel kepuasan konsumen.
 - H_a : Ada pengaruh yang signifikan variabel *reliability* terhadap variabel kepuasan konsumen.
3. H3 (Hipotesis untuk variabel *responsiveness*)
 - H_o : Tidak ada pengaruh yang signifikan variabel *responsiveness* terhadap variabel kepuasan konsumen.
 - H_a : Ada pengaruh yang signifikan variabel *responsiveness* terhadap variabel kepuasan konsumen.
4. H4 (Hipotesis untuk variabel *emphaty*)
 - H_o : Tidak ada pengaruh yang signifikan variabel *emphaty* terhadap variabel kepuasan konsumen.
 - H_a : Ada pengaruh yang signifikan variabel *emphaty* terhadap variabel kepuasan konsumen.
5. H5 (Hipotesis untuk variabel *assurance*)
 - H_o : Tidak ada pengaruh yang signifikan variabel *assurance* terhadap variabel kepuasan konsumen
 - H_a : Ada pengaruh yang signifikan variabel *assurance* terhadap variabel kepuasan konsumen.
6. H6
 - H_o : Tidak ada pengaruh yang signifikan variabel *tangible, reliability, responsiveness, emphaty* dan *assurance* terhadap variabel kepuasan konsumen.
 - H_a : Ada pengaruh yang signifikan variabel *tangible, reliability, responsiveness, emphaty* dan *assurance* terhadap variabel kepuasan konsumen.