

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah Penelitian

Seiring dengan berjalannya waktu, zaman terus berkembang menjadi lebih modern khususnya teknologi, mulai dari alat komunikasi sampai dengan alat transportasi yang terus meningkat dengan pesat. Peningkatan yang signifikan membuat lebih banyak tuntutan yang harus terpenuhi, khususnya dalam hal alat transportasi. Alat transportasi digunakan untuk memudahkan seseorang dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Alat transportasi dibagi menjadi alat transportasi darat, laut dan udara. Alat transportasi darat yang biasa digunakan oleh masyarakat seperti bus, kereta api, angkutan umum (angkot) dan ojek.

Ojek adalah salah satu transportasi darat yang sering di gunakan oleh masyarakat untuk dapat lebih mudah sampai ke tempat tujuan dengan cepat dan nyaman karena tidak harus berdesakkan bahkan dapat terhindar dari macet. Semakin banyaknya permintaan masyarakat mengenai alat transportasi dan semakin berkembangnya teknologi maka lahirlah ojek *online*. Menurut Rozi dan Fakhrol (2017) Ojek *online* merupakan angkutan umum yang sama dengan ojek pada umumnya menggunakan sepeda motor akan tetapi ojek *online* menggunakan teknologi dengan memanfaatkan aplikasi pada *smartphone* yang memudahkan masyarakat atau pelanggan ojek untuk memanggil atau memesan pengemudi ojek dalam melakukan kegiatan sehari-hari.

Pada sebuah survei alasan responden memilih atau menggunakan transportasi *online* adalah harga yang ditawarkan lebih murah (84,1%), cepat (81,9%), nyaman (78,8%), dan aman 61,4%. Adapun moda transportasi yang dipilih konsumen sebanyak 55% menggunakan transportasi *online* jenis mobil dan motor, sedangkan yang menggunakan motor saja sebanyak 21%, serta yang menggunakan mobil saja sebanyak 24% (Novalius, 2017).

Grab merupakan salah satu perusahaan transportasi yang melayani layanan ojek dengan menggunakan sebuah aplikasi dan dapat melayani siapa saja yang memerlukan jasanya. Grab telah menjadi angkutan umum yang tidak asing lagi bagi masyarakat karena Grab menggunakan aplikasi yang dapat mempermudah konsumen dalam menggunakan jasanya, disamping itu, perusahaan Grab juga dapat memberikan beberapa layanan jasa, seperti: *grabbike*, *grabfood*, *grabhitch*, *grabcar*, *grabexpress*, *grabtaxi*, *grabnow*, *grabairport*, *grabpay*, *grabfinacial*.

Periode 2019-2020 Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mencatat, [Grab](#) dan [Gojek](#) menjadi layanan aplikasi transportasi *online* yang paling sering digunakan oleh masyarakat Indonesia. 21,3% responden pengguna aplikasi Grab, sementara 19,4% responden merupakan pengguna aplikasi Gojek. Responden yang memilih layanan aplikasi transportasi *online* lainnya seperti Anterin, Bonceng, Maxim, dan FastGo berkisar di rentang 0,1%-0,3%. Adapun, 58,1% responden menyatakan tidak pernah menggunakan layanan aplikasi transportasi *online* (Bayu, 2020). Berdasarkan hasil survei tersebut terlihat bahwa hampir setengah dari responden menggunakan jasa transportasi ojek *online* dan Grab menjadi aplikasi paling populer dibandingkan dengan pesaing lainnya. Pada *Top Brand Index* (TBI) tahun 2021 Grab berada di urutan kedua, selain itu di

beberapa kota Grab lebih mendominasi dibandingkan pesaingnya. Banyaknya minat konsumen dalam menggunakan jasa Grab tentunya tidak luput dari kualitas pelayanan dan *user experience* yang diberikan aplikasi itu sendiri.

Kini kota besar maupun kecil sudah bisa merasakan moda transportasi Grab baik perwakilan ataupun cabang, salah satunya adalah Kota Singaraja, Bali. Transportasi *online* yang menjadi *market leader* di Kota Singaraja adalah Grab, dinaungi oleh perusahaan yang jelas, kebersihan dan keamanan dalam berkendara diberikan oleh Grab dengan memfasilitasi konsumen helm, masker, serta penutup kepala agar rambut konsumen tetap bersih dan terjaga karena helm yang digunakan oleh banyak konsumen. Transportasi *online* Grab menghadirkan berbagai macam layanan yang ada pada aplikasinya sehingga masyarakat sangat puas karena tidak hanya untuk mengantarkan pulang pergi tetapi juga bisa mengantarkan makanan, dan barang dengan tarif yang tergolong terjangkau. Dewasa ini hampir setiap warga Kota Singaraja merupakan pengguna ponsel (*smartphone*) untuk kebutuhan sehari-hari bahkan saat ini sebuah ponsel sudah tidak bisa lepas dari jangkauan setiap orang mulai dari keperluan pekerjaan, *Browsing*, bermain *game*, bahkan berbelanja pun bisa dilakukan secara *online* melalui ponsel.

Harga yang transparan yang dimiliki Grab lewat aplikasi pemesanannya adalah salah satu kunci utama yang membuat transportasi *online* diminati oleh masyarakat. Serta yang membuat Grab berbeda dengan transportasi *online* lainnya adalah memiliki merek (*brand*) “Grab” serta pemilihan warna bernuansa hijau diatribut Grab baik dari helm, jaket pengemudi serta aplikasi, membuat masyarakat akan selalu ingat bahwa transportasi *online* berwarna hijau adalah

Grab. Pengguna transportasi *online* Grab sendiri bervariasi, mulai dari anak muda hingga dewasa baik anak sekolah, pekerja kantoran maupun mahasiswa. Grab mampu mensegmen segala konsumen, serta mempunyai produk jasa yang mudah digunakan dengan harganya yang tergolong bersahabat.

Loyalitas pelanggan menjadi hal yang sangat penting bagi perusahaan, di karenakan loyalitas pelanggan menentukan bagaimana kemajuan perusahaan dan keberlangsungan hidup perusahaan tersebut yang membuat loyalitas pelanggan menjadi prioritas. Menurut Griffin (dalam Sari, 2009) pelanggan yang loyal merupakan seseorang yang terus menerus memilih untuk menggunakan produk atau jasa yang sama untuk memuaskan keinginannya dan memberikan efisiensi dalam pengambilan keputusan. Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan menjadi dua variabel penting dalam mempertahankan loyalnya seorang konsumen. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ulfa dan Mayliza (2021) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu variabel yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Ketika konsumen hendak menggunakan sebuah jasa yang pertama menjadi bahan pertimbangan adalah bagaimana pelayanan yang diberikan oleh perusahaan pemberi layanan. Menurut Parasuraman, dkk (1998) kualitas pelayanan mengidentifikasi upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen terhadap pelayanan yang nyata-nyata diterima dengan yang sesungguhnya diharapkan atau diinginkan berdasarkan atribut-atribut

pelayanan suatu perusahaan (Jaka, 2018). Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka loyalitas pelanggan akan semakin meningkat. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Nuraeni, (2018) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Melysa, (2013) yang menemukan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Selain kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan juga memiliki pengaruh yang besar terhadap loyalitas pelanggan. Rasa puas seorang konsumen akan memberikan citra positif terhadap layanan yang sudah digunakannya. Ketika konsumen merasa layanan yang diterima sesuai atau bahkan lebih baik dari yang diharapkannya, tidak menutup kemungkinan bahwa konsumen tersebut akan menggunakan jasa atau layanan itu lagi. Menurut Tjiptono kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan dengan harapannya. Pelanggan yang merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa maka sangat besar kemungkinannya untuk menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Supertini, dkk (2020) memaparkan bahwa variabel kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Dharma (2017) yang menyatakan bahwa variabel kepuasan pelanggan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan fenomena dan hasil penelitian terdahulu, maka dilakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Konsumen Grab di Kota Singaraja"**.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Harga yang transparan dan *user experience* yang tidak begitu sulit memberikan kenyamanan kepada konsumen menunjukkan kualitas pelayanan Grab.
2. Pengguna jasa aplikasi Grab terbilang banyak di beberapa kota dibandingkan dengan aplikasi-aplikasi serupa dan Grab menjadi merek terpopuler nomor dua pada TBI tahun 2021 yang menunjukkan kepuasan pelanggannya.
3. Banyaknya konsumen yang memilih menggunakan jasa aplikasi Grab secara berkelanjutan selama setahun terakhir menunjukkan loyalitas pelanggannya.
4. Adanya kesenjangan hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

1.3. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang terjadi pada pelanggan Grab maka penelitian ini hanya memfokuskan pada permasalahan mengenai variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan serta pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan Grab di Kota Singaraja.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang penelitian diatas, maka diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada konsumen Grab di Kota Singaraja?

2. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada konsumen Grab di Kota Singaraja?
3. Apakah kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada konsumen Grab di Kota Singaraja?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada konsumen Grab di Kota Singaraja.
2. Menguji pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada konsumen Grab di Kota Singaraja.
3. Menguji pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada konsumen Grab di Kota Singaraja.

1.6. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian lain dan dapat dijadikan sumber sekunder bagi pihak lain yang melakukan penelitian terkait kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas pelanggan.

2. Manfaat praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan memberikan informasi atau masukan bagi pihak manajemen Grab untuk mendapatkan loyalitas pelanggan agar meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggannya.