BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Di era teknologi yang semakin canggih sekarang tercermin perilaku masyarakat yang berbeda dari era sebelumnya. Intensitas teknologi di berbagai aspek kehidupan menjadikan masyarakat dituntut untuk meningkatkan mobilitas. Hal ini berdampak pada kebutuhan Sarana transportasi yang dapat berpindah dengan cepat dari satu tempat ke tempat lain, terlepas dari jaraknya. Saat ini terdapat terobosan baru yaitu inovasi transportasi berbasis aplikasi online yang didukung oleh teknologi komunikasi smartphone yang memadukan teknologi jasa transportasi dan komunikasi. Bisnis transportasi online berkembang semakin pesat. Itu bisa dilihat dari jumlahnya transportasi online seperti Gojek, Grab, dan Uber. Persaingan transportasi online sudah mulai ketat dan masing-masing berlomba memberikan layanan berkualitas, harga terjangkau dan menarik konsumen tepat waktu.

Konsumen adalah pengguna barang / jasa yang tersedia di masyarakat, baik untuk dirinya sendiri, keluarganya, orang lain, atau makhluk lain (Yunati, 2015). Definisi lain dari konsumen adalah orang yang membutuhkan, menggunakan, memanfaatkan, dan mengkonsumsi barang atau jasa perusahaan. Hampir seluruh lapisan masyarakat sudah menggunakan jasa transportasi online

baik dalam pemesanan makanan ataupun bepergian dengan jarak dekat atau jauh karena sangat praktis dan mudah. Untuk tetap berada dalam persaingan bisnis dan berupaya meningkatkan keberhasilan suatu perusahaan maka perlu adanya loyalitas konsumen.

Loyalitas konsumen berarti konsumen memiliki sikap positif terhadap produk atau jasa dan memiliki model *buyback* yang konsisten. Syaifullah (2018) mengemukakan bahwa loyalitas konsumen dibentuk oleh berbagai tahapan pembelajaran komunikasi konsumen antara konsumen dengan penyedia produk atau jasa. Kemampuan perusahaan untuk memenangkan persaingan tidak hanya pada produk yang mereka sediakan, karena pelanggan juga memilih perusahaan yang menurut mereka dapat memberikan respon yang cepat dengan mengedepankan keramahan, kepercayaan dan respon yang tepat waktu terhadap keluhan pelanggan *(complaint handling)* sehingga berdampak pada kepuasan, kepercayaan dan loyalitas konsumen (Yap, B.W.,et al., 2012) Selain itu pelanggan juga berharap agar perusahaan dapat merespon cara mengatasi keluhan pelanggan yang tidak puas dengan produknya. (Goodwin and Ross, 1990).

Penelitian ini dilakukan di kota Singaraja dimana sedang berkembang transportasi online Gojek diduga karena terdapat handling customer complaints yang kurang maksimal, seperti respon dari perusahaan yang lambat terhadap konsumen, sulit bagi konsumen untuk mengajukan complaint dan situs pengajuan komplain belum berfungsi secara maksimal, seperti pada lampiran 2. Selain itu, pada Data Top Brand index Tahun 2016 s.d 2019 terdapat penurunan kepercayaan pelanggan, seperti tampak pada lampiran 1. Begitu juga dengan dengan loyalitas pelanggan yang berkurang terlihat pada observasi awal yang

telah dilakukakan sebelumnya pada mahasiswa Sumatera Utara Universitas Pendidikan Ganesha bahwa banyak mahasiswa yang beralih ke transportasi online lainnya. Pada umumnya, perusahaan yang tidak mampu menghadapi perusahaan pesaing yaitu perushaan yang memiliki loyalitas konsumen rendah. Oleh karena itu, organisasi perlu memahami faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan agar dapat memberikan kontribusi terbaik bagi bisnis.

Secara umum loyalitas konsumen ditentukan oleh faktor-faktor berikut yaitu kepercayaan, komitmen, komunikasi dan penanganan keluhan yang mempengaruhi loyalitas konsumen (Murti, 2013). Tejaningtyas (2015) mengemukakan bahwa kualitas layanan, penanganan keluhan, dan citra perusahaan akan mempengaruhi loyalitas. Penanganan keluhan, kepercayaan dan kepuasan akan mempengaruhi loyalitas konsumen (Suryani, 2017). Penelitian Ningtyas (2011) menunjukkan bahwa kepercayaan, komitmen, komunikasi, pemecahan masalah dan kepuasan akan berdampak pada loyalitas konsumen. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kepercayaan, komitmen, komunikasi, penanganan keluhan, citra perusahaan, kualitas pelayanan dan kepuasan. Fokus penelitian tentang penanganan keluhan pelanggan dan kepercayaan pelanggan ini adalah penelitian sebelumnya mendapatkan hasil pengujian yang berbeda, sehingga peneliti ingin meneliti kembali variabel-variabel yang berhubungan dengan penanganan keluhan pelanggan, kepercayaan dan loyalitas pelanggan.

Handling customer complaints adalah salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen. Untuk memenuhi ekspektasi konsumen, pemerintah harus menangani masalah atau ketidakpuasan pelanggan terhadap

produk atau jasa yang diberikan perusahaan dengan cara yang bersahabat. Hal ini akan membantu perusahaan dalam mempertahankan pelanggannya, sehingga mudah dan baik dalam menangani keluhan pelanggan, serta akan mempengaruhi loyalitas konsumen. Pernyataan ini didukung oleh penelitian sebelumnya oleh Suryani (2017) yang menunjukkan bahwa penanganan pengaduan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Namun lain halnya dengan penelitian Supit et al. Studi yang dilakukan (2015) dan Tejaningtyas (2015) menunjukkan bahwa penanganan pengaduan berdampak positif terhadap loyalitas konsumen, namun signifikan. Hal yang sama juga terjadi pada penelitian Ningtyas (2011) yang menunjukkan bahwa penanganan masalah / pengaduan tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Berdasarkan data sekunder keluhan konsumen (lampiran 2) penanganan keluhan yang dilakukan oleh perusahaan gojek masih tergolong rendah. Diketahui bahwa rendahnya penanganan keluhan dikarenakan kurangnya empati perusaahn terhadap konsumen, lambatnya respon terhadap konsumen dan kurangnya keadilan terhadap masalah yang dihadapi konsumen. Selain handling customer complaints, kepercayaan pelanggan juga merupakan variabel yang mempengaruhi loyalitas konsumen. Ketika konsumen sudah percaya dengan produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan, otomatis akan membuat konsumen menjadi loyal, sehingga dapat diartikan bahwa jika kepercayaan pelanggan yang tinggi dan positif akan meningkatkan loyalitas konsumen. Pernyataan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Syaifullah (2018) menyatakan bahwa kepercayaan mempunyai pengaruh yang signifikan positif terhadap loyalitas konsumen. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan Pratiwi (2015)

menyatakan bahwa kepercayaan mempunyai pengaruh signifikan negatif terhadap loyalitas konsumen. Berdasarkan data Top Brand Index Gojek (lampiran 1) dari tahun 2016 sampai dengan 2019 terdapat penurunan. Diketahui bahwa turunnya top brand index dikarenakan kurangnya kepercayaan konsumen terhadap perusahaan Gojek. Uraian diatas menunjukkan inkonsintensi penelitian terdahulu dan teori yang dikemukan oleh Meylisa dan Gies (2017) menyatakan bahwa jika *complaints handling* dan kepercayaan tidak baik maka loyalitas konsumen juga tidak baik dan sebaliknya. Hasil riset terdahulu dan teori menjadi dasar perlunya dilakukan penelitian kembali tentang variabel complaints handling, kepercayaan dengan loyalitas konsumen. Untuk responden dalam penelitian yaitu mahasiswa Sumatera Utara Universitas Pendidikan Ganesha di Singaraja karena kebanyakan dari mahasiswa tersebut tidak mempunyai kendaraan sehingga mahasiswa menggunakan Gojek untuk bepergian. Berdasarkan uraian di atas maka penelitian ini menjadi fokus pada *handling customer complaints*, kepercayaan pelanggan dan loyalitas konsumen.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan paparan latar belakang masalah yang telah disampaikan, maka identifikasi masalah pada penelitian ini sebagai berikut.

1. Terjadinya penurunan persentase *top brand index* Gojek pada tahun 2016 sampai dengan tahun 2019
2. Terdapat *hadling customer complaint* yang rendah

3. Penelitian-penelitian yang dilakukan sebelumnya mengenai *handling customer complaints*, kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas konsumen mendapatkan hasil yang tidak konsisten
4. Sebagian konsumen merasa kecewa setelah menggunakan Gojek dan beralih pada jasa transportasi online lainnya.

1.3 Pembatasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini yaitu *handling customer complaints*, kepercayaan pelanggan dan loyalitas konsumen.

1.4 Rumusan Masalah Penelitian

Dengan mengacu pada latar belakang maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh *handling customer complaints* terhadap loyalitas konsumen Gojek pada mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha di Singaraja?
2. Apakah ada pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas konsumen Gojek pada mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha di Singaraja?
3. Apakah ada pengaruh *handling customer complaints* dan kepercayaan secara simultan terhadap loyalitas konsumen Gojek pada mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha di Singaraja?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menguji:

1. Pengaruh *handling customer complaints* terhadap loyalitas konsumen Gojek pada mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha di Singaraja.
2. Pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas konsumen Gojek pada mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha di Singaraja.
3. Pengaruh *handling customer complaints* dan kepercayaan pelanggan secara simultan terhadap loyalitas konsumen Gojek pada mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha di Singaraja.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat-manfaat yang akan didapat dari adanya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

   Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan manfaat untuk memperdalam ilmu di bidang manajemen pemasaran khususnya, *handling customer complaints,* kepercayaan pelanggan dan loyalitas konsumen pada perusahaan.

2. Manfaat praktis

   Penelitian ini diharapkan mampu mengimplementasikan konsep dalam meningkatkan handling customer complaints, kepercayaan pelanggan dan loyalitas konsumen.