

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Pengangkutan atau biasa juga disebut dengan transportasi, merupakan bidang kegiatan yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Pengangkut adalah perjanjian timbal balik antara pengangkut dengan pengirim, di mana pengangkut mengikat diri untuk menyelenggarakan pengangkutan barang atau orang dari suatu tempat ke tempat tujuan tertentu dengan selamat, sedangkan pengirim meningkatkan diri untuk membayar uang angkutan.

Di dalam perkotaan, pertumbuhan populasi penduduk selalu menunjukkan kenaikan yang signifikan setiap tahunnya. Pertumbuhan penduduk diperkantoran bertambahnya penduduk yang bertempat tinggal dan bekerja di daerah perkotaan, namun akan diiringi dengan bertambahnya jumlah kendaraan yang digunakan oleh penduduk sebagai alat transportasi, dalam hal ini transportasi darat (pengangkut melalui darat).

Salah satu angkutan umum yang paling efektif dan efisien adalah ojek. Ojek atau ojeg adalah transportasi umum informal di Indonesia yang berupa sepeda motor. Disebut informal karena keberadaannya tidak diakui pemerintah dan tidak ada izin untuk pengoperasiannya, dan penumpangnya biasanya hanya satu orang. Ojek banyak digunakan oleh penduduk di kota-kota besar karena kelebihanannya dengan angkutan lain, yaitu lebih cepat dan dapat melewati sela-sela

kemacetan di kota. Biasanya ojek mangkal dipersimpangan jalan yang ramai, atau dijalan masuk kawasan pemukima.

Semakin pesatnya teknologi di zaman ini yang dinamakan internet, memungkinkan kita mendapatkan informasi dengan mudah dan cepat. Salah satunya adalah ojek tersebut. Kini, di Indonesia, terdapat sebuah layanan ojek *online* yang memungkinkan calon penumpang tidak perlu datang ke sebuah pangkalan ojek. Calon penumpang cukup memesan ojek dari sebuah aplikasi di *smartphone*, dan ojek akan datang menjemput.

Kehadiran ojek *online* ini tentu memicu reaksi dari berbagai lapisan masyarakat yang menggantungkan hidupnya dengan layanan ojek. Seperti pengguna ojek ataupun pengendara ojek *konvensional*.

Mengenai kemajuan dibidang transportasi atau pengangkutan, belum lama ini, tepatnya pada awal tahun 2015 pada bulan Mei, di Indonesia telah hadir model transportasi baru, yakni ojek *online* yang biasa disebut dengan Grab *Bike* berada dibawah naungan Startup Unicorns salah satu perusahaan Malaysia dan didirikan oleh Anthony Tan, setelah itu meluncurnya ojek *online* lainnya di bulan juli 2015 seperti Go-Jek, yang berada dalam naungan PT. Go-Jek Indonesia didirikan oleh Nadiem Makarim. Setelah itu banyak sekali bermunculan ojek *online* lainnya salah satunya Uber *Bike* (Uber Motor) yang *launching* pada 13 april tahun 2016 didalam naungan perusahaan transportasi UBER didirikan oleh Garret Camp dan Travis Kalanick. Sebenarnya ojek *online* ini tidak bisa dikatakan sebagai model transportasi baru, sebab ojek *online* adalah jasa transportasi

menggunakan kendaraan roda dua yakni sepeda motor, yang sudah cukup lama masyarakat kenal dengan sebutan ojek, yang melayani angkutan penumpang untuk transportasi lingkungan yang berjarak pendek.

Uber saat ini memiliki lima pilihan kendaraan: Taxi, Black (mobil sedan mewah), SUV, LUX (pilihan mobil paling mewah), dan UberX (layanan mobil dari sesama pengguna). Selain itu, Uber juga memiliki sejumlah produk yang masih dalam tahap testing seperti Essentials dan Rush. Essentials merupakan jasa pengiriman barang-barang esensial seperti snack, minuman ringan, dan perlengkapan medis. Sedangkan Rush merupakan jasa kurir.

Uber Motor berbeda dengan ojek, karena Uber Motor merupakan ojek *online* yang cara pemesanannya melalui *smartphone*. Uber Motor untuk saat ini masih bisa dinikmati untuk jasa angkutan orang saja, karena di Uber Motor ini belum ada jasa untuk pengangkut barang dan jasa antar makanan seperti rivalnya yang lainnya.

Walaupun uber motor ini masih baru dan masih banyak pelanggan yang ingin mencoba uber motor, maka uber motor ini harus bisa membuat pelanggannya menjadi loyal sehingga uber motor bisa mendapatkan konsumen yang lebih banyak. Kebanyakan orang di Indonesia melihat suatu produk itu melalui harga, jika harga terjangkau maka pelangganpun mau untuk mencoba produk itu atau merasakan produk tersebut, dengan harga yang di bandrol oleh gojek dan grab *bike*, uber motor membandrol harga lebih murah dari kedua *rivalnya* untuk itu konsumenpun bisa tertarik memakai jasa uber motor, jika

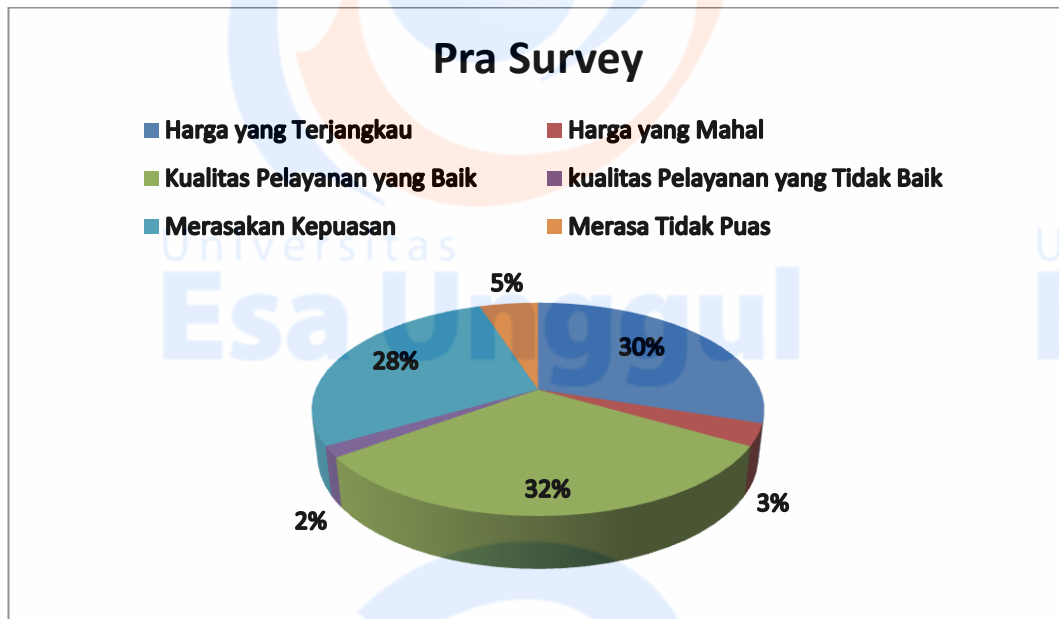
harganya sudah cocok dengan minat pelanggan, *driver* harus memberikan kualitas pelayanan yang optimal bagi penumpang atau pelanggan uber motor seperti memberikan masker, penutup kepala dan helm kepada penumpang, jika uber motor sudah memberikan harga yang murah dan memberikan kualitas pelayanan yang baik dan optimal maka timbullah rasa kepuas terhadap pelanggan dan pelanggan pun akan loyal kepada uber motor dan melakukan pemesanan secara berulang ulang kepada uber motor.

No	Nama Mitra	Jumlah Driver	Unduhan Aplikasi	Pangsa Pasar
1	Gojek	10.000	5.000.000	45%
2	Grab Bike	8.000	3.000.000	35%
3	Uber Motor	6.000	1.000.000	15%

Sumber : Kompas, 2016

**Tabel : 1.1 Perkembangan Ojek Online 2015**

Uber Motor berada diposisi ke tiga untuk perkembangan ojek *online* di Indonesia bisa kita lihat dari jumlah *driver* yang paling sedikit dari dua *rivalnya*, jika *driver* yang sedikit maka akan mempengaruhi pelayanan seperti susahnya mendapatkan *driver*, atau ketika mendapatkan *driver* itu terlalu jauh untuk posisi penjemputan. Jika dilihat pula dari sistem unduhan atau pemasangan aplikasi uber motor di *smartphone* juga paling rendah peminatnya, dan kita lihat lagi uber motor memegang 15% pangsa pasar ojek *online*, dilihat dari pangsa pasar uber yang dilihat sebagai *rival* baru bagi gojek atau grab *bike*, uber motor telah berkembang cukup baik dan bisa mencuri pelanggan dari gojek maupun grab *bike*.



Sumber : Data Diolah, 2016

**Gambar 1.1** hasil pra survey

Berdasarkan hasil pra survey di atas dapat dilihat bahwa hampir seluruh responden (18 orang atau 30%) mengatakan jika harga yang ditawarkan Uber Motor cukup terjangkau, sedangkan sebanyak (2 orang atau 3%) mengatakan jika harga yang ditawarkan Uber Motor sangat mahal.

Berdasarkan hasil pra survey di atas dapat dilihat bahwa hampir seluruh responden (19 orang atau 32%) mengatakan kualitas pelayanan yang diberikan Uber Motor cukup baik, sedangkan sebanyak (1 orang atau 2%) mengatakan kualitas pelayanan yang diberikan Uber Motor tidak baik.

Berdasarkan hasil pra survey di atas dapat dilihat bahwa hampir seluruh responden (17 orang atau 28%) mengatakan merasa puas setelah menggunakan layanan jasa Uber Motor, sedangkan sebanyak (3 orang atau 5%) mengatakan tidak puas setelah menggunakan layanan jasa Uber Motor.

Berdasarkan kondisi diatas penulis tertarik untuk membahas masalah kepuasan, dan membuat konsumen loyal di bidang usaha jasa transportasi ojek *online* ini. Penyediaan jasa transportasi ojek *online* yang dipilih penulis sebagai obyek penelitian adalah Uber Motor. Untuk itu judul penelitian yang dipilih oleh penulis adalah : “Pengaruh Harga, dan Kualitas Pelayanan, Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Uber Motor Pada daerah Kabupaten Tangerang Khususnya di Wilayah Kuta Bumi, Cadas, Sepatan”.

### **1.2. Identifikasi Masalah**

1. Kurangnya pengetahuan *driver* tentang tujuan atau lokasi yang ingin di tuju oleh pelanggan, sehingga waktu tempuh untuk sampai lokasi yang di tuju semakin lama.
2. Kurangnya pelayanan yang diberikan oleh *driver* seperti memberikan masker atau *hair* masker, sehingga membuat pelanggan tidak puas.
3. Kebanyakan konsumen melihat dari sisi harga Uber Motor yang tidak tetap, sehingga pelanggan ragu untuk menggunakan jasa Uber Motor.

### **1.3. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan pada hal-hal yang terdapat pada identifikasi masalah maka pembatasan masalah pada variabel pengaruh harga (X1), dan kualitas pelayanan (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y2), melalui kepuasan pelanggan (Y1) sebagai variable intervening pada konsumen Uber Motor Didaerah Kabupaten Tangerang khususnya di wilayah Kuta Bumi, Cadas, Sepatan.



#### **1.4. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, permasalahan yang dihadapi adalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh langsung antara harga terhadap kepuasan pelanggan Uber Motor ?
2. Apakah terdapat pengaruh langsung antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Uber Motor ?
3. Apakah terdapat pengaruh langsung antara harga pelanggan terhadap loyalitas pelanggan melalui Uber Motor ?
4. Apakah ada pengaruh langsung antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Uber Motor ?
5. Apakah terdapat pengaruh langsung antara kepuasan terhadap loyalitas pelanggan Uber Motor ?
6. Apakah terdapat pengaruh antara harga melalui kepuasan terhadap loyalitas ?
7. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan melalui kepuasan terhadap loyalitas ?

#### **1.5. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada perumusan masalah yang telah di jelaskan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh langsung harga terhadap kepuasan pelanggan Uber Motor.

2. Untuk mengetahui pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Uber Motor.
3. Untuk mengetahui pengaruh langsung harga terhadap loyalitas pelanggan Uber Motor.
4. Untuk mengetahui pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Uber Motor.
5. Untuk mengetahui pengaruh langsung kepuasan terhadap loyalitas pelanggan Uber Motor.
6. Untuk mengetahui pengaruh langsung harga melalui kepuasan terhadap loyalitas pelanggan Uber Motor,
7. Untuk mengetahui pengaruh langsung kualitas pelayanan melalui kepuasan terhadap loyalitas pelanggan.

#### **1.6. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat bagi pihak yang terkait, yaitu :

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan referensi bagi pihak pengelola untuk memperbaiki atau memperhatikan kualitas pelayanan sehingga dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian ulang.



## 2. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambahkan pengetahuan baik secara teori maupun praktek dibidang pemasaran tentang pengaruh harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

## 3. Bagi Pembaca

Hasil penelitian bisa sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya yang terkait untuk meneliti tentang harga, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan.