

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Loyalitas pelanggan merupakan hal yang sangat penting dalam setiap kegiatan usaha baik dibidang usaha jasa maupun dibidang usaha barang (Griffin, 2003). Dampak dari loyalitas akan berpengaruh pada penghematan biaya perusahaan, yaitu biaya pemasaran menjadi berkurang, biaya transaksi menjadi lebih rendah, biaya perputaran pelanggan (*customer turnover*) menjadi berkurang, keberhasilan *cross-selling* menjadi meningkat, menyebabkan pangsa pelanggan yang lebih besar, pemberitaan dari mulut ke mulut menjadi lebih positif, dan biaya kegagalan menjadi menurun (Griffin, 2003). Loyalitas pelanggan akan muncul jika konsumen merasa puas akan pelayanan dan produk yang dikonsumsinya (Hermawan, 2011). Selain menyasar segmen pasar yang tepat dan mempertahankan konsep dari perusahaan, penting bagi perusahaan untuk menjaga loyalitas pelanggan. Memberikan jasa dan produk yang berkualitas sehingga mampu membangun citra merek di mata konsumen menjadi salah satu cara perusahaan untuk menciptakan loyalitas konsumen (Chaeriah, 2016).

Setiap orang melakukan pembelian dengan harapan tertentu mengenai apa yang akan dilakukan oleh produk atau jasa bersangkutan ketika digunakan, dan kepuasan merupakan hasil yang diharapkan (Sunyoto, 2013). Pelanggan yang puas pasti akan mempunyai loyalitas yang tinggi terhadap produk atau jasa dibandingkan dengan pelanggan yang tidak puas (Kartajaya, 2007). Hal ini disebabkan karena loyalitas pelanggan berkaitan dengan pendapatan perusahaan, laba perusahaan, dan keberlangsungan perusahaan. Keloyalitasan pelanggan dan ketidakloyalitas pelanggan dipengaruhi oleh banyak faktor, salah satu nya yaitu, persepsi harga dan kemudahan penggunaan.

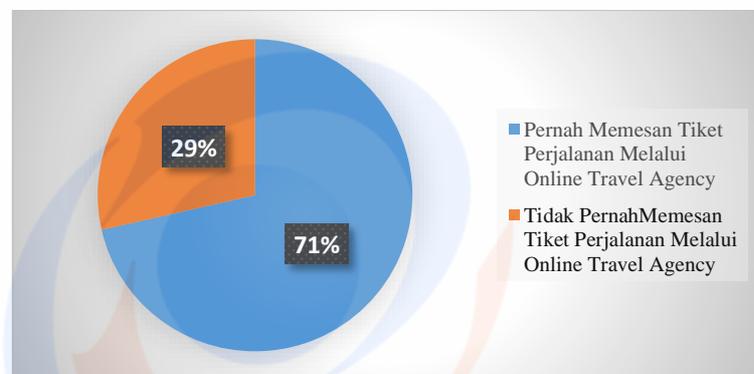
Penelitian ini didukung oleh jurnal sebelumnya, yang diambil kesimpulan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen pengguna Traveloka (Putri dan Sutanta, 2016). Sedangkan berdasarkan jurnal lain, yaitu penelitian dari Prabaningtyas dan Andjarwati (2014) menyimpulkan variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan studi pada nasabah produk Purnabakti bank BTPN Cabang Nganjuk. Dan berdasarkan dalam jurnal Bulan (2016) variabel harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada PT. TIKI Jalur Nugraha Ekakurir Agen Kota Langsa. Hal ini mendukung bahwa adanya pengaruh dari variabel harga dan kemudahan penggunaan terhadap loyalitas pelanggan.

Perkembangan teknologi telekomunikasi dan komputer menyebabkan terjadinya perubahan kultur dan kebiasaan kita sehari-hari. Internet membawa perubahan yang besar bagi segala aspek terutama dalam perkembangan dunia bisnis dan pemasaran.

Perkembangan internet ini sangat bermanfaat bagi masyarakat karena membantu untuk mempermudah aktifitas sehari-hari menjadi lebih mudah dan efisien, di Indonesia pengguna internet setiap tahunnya meningkat. Berdasarkan informasi yang diperoleh di techinasia.com Indonesia menjadi salah satu negara dengan pertumbuhan jumlah pengguna internet terbesar di dunia, di awal tahun 2016 pengguna internet di Indonesia hanya mencapai 88,1 juta, tetapi di awal tahun 2017 lalu mengalami peningkatan sebesar 51% (132,7%).

Perkembangan internet ini juga meningkatkan jumlah pengguna media sosial karena selain untuk mengisi waktu luang berinteraksi satu sama lain, media sosial juga berguna sebagai penunjang sarana promosi bagi pebisnis dan memiliki pengaruh yang besar dalam pertumbuhan bisnis, khususnya bisnis yang berbasis online di Indonesia. Maka dari itu banyak pebisnis yang memanfaatkan media sosial untuk menunjang keperluan bisnisnya sebagai sarana promosi.

Perkembangan bisnis online ini tentunya akan menarik perhatian para pebisnis untuk melakukan bisnis online yang akan menguntungkan bagi mereka, selain itu juga banyak menciptakan pesaing-pesaing di bisnis perdagangan melalui media internet yang sama seperti di *e-commerce* layanan pemesanan hotel dan tiket pesawat. Saat ini banyak pebisnis memanfaatkan teknologi untuk menciptakan suatu bisnis yang dapat mempermudah masyarakat untuk memperoleh kebutuhannya dan bisa dilakukan dimana saja mereka berada, salah satunya adalah situs-situs online yang bergerak di bidang jasa yang menawarkan layanan pemesanan hotel dan tiket pesawat. Berikut hasil survei dari DailySocial.id mengenai pemesanan tiket perjalanan melalui Online Travel Agency dan konvensional.



Gambar 1.1 Penggunaan Layanan *Online Travel Agency* Tahun 2018

Menurut hasil survei dari DailySocial.id yang bekerja sama dengan *Jakpat Mobile Survery Platform. Online Travel Agency (OTA)* sebagai bisnis yang menawarkan layanan terkait perjalanan seperti tiket kereta, tiket pesawat, dan tiket hotel, melalui Internet. Lebih dari 71,44% responden telah menggunakan *OTA* untuk kebutuhan perjalanan mereka. Dan sisa nya tidak menggunakan *OTA* untuk kebutuhan perjalanan mereka.

Ini menunjukkan bahwa responden lebih bergantung pada *OTA* untuk kebutuhan perjalanan mereka daripada pada agen perjalanan konvensional atau metode lain. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata responden lebih memilih untuk memesan tiket melalui online travel agency dibandingkan dengan agen konvensional atau metode lain nya. Jika membahas fenomena situs online yang menyediakan pemesanan hotel, saat ini banyak situs-situs online yang menawarkan berbagai jenis pelayanan jasa penjualan reservasi hotel, sehingga akan membantu memenuhi kebutuhan menjadi lebih mudah, cepat, hemat waktu dan efisien seperti: *Traveloka.com, Tiket.com, Agoda, Nusatrip, Misteraladin.com, Airbnb.com, Trivago.co.id* dan situs pesaing sejenis lainnya.

Didalam penelitian ini akan membahas mengenai salah satu *online travel agency*, yaitu Pegi-peggi. Pegipegi merupakan perusahaan yang melayani pemesanan hotel, tiket pesawat dan tiket kereta api melalui situs web, serta melalui aplikasi gratis di Android dan iOS. Berbasis operasional di Jakarta, Pegipegi secara fokus membantu mengelola kebutuhan liburan atau perjalanan bisnis masyarakat Indonesia.

Pegipegi banyak memberikan berbagai macam potongan harga untuk pemesanan tiket hotel dan pesawat harga lainnya yang menarik minat pelanggan. Selain potongan harga, dikarenakan harga yang ditawarkan oleh pegi-peggi sangat terjangkau tanpa harus membebankan biaya transaksi kepada konsumen. Pegi-peggi selalu menawarkan harga sesuai dengan kualitas produk yang diberikan kepada pelanggan. Pegipegi juga memberikan kepuasan dengan harga yang bersaing pegi-peggi juga memberikan kemudahan penggunaan untuk aplikasi mobile di Pegi-peggi yang dapat di unduh melalui Android maupun ios dan menyediakan pelayanan 24 jam melalui email, telepon, media sosial serta metode pembayaran yang beragam sehingga memudahkan pelanggan.

Kemudahan akses sebagai tingkat di mana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya (Davis, 1989). Pegi-peggi selalu menjaga kenyamanan para pengguna jasanya agar merasa puas dengan pelayanan yang telah tersedia.

Dengan adanya fasilitas aplikasi yang dapat di download melalui iOS maupun Android, sangat mempermudah penggunaan serta transaksi yang dilakukan para pelanggan. Efisien dalam hal waktu, karena tidak memerlukan banyak usaha untuk menggunakan aplikasi pegi-peggi.

Kepuasan pelanggan mencerminkan penilaian komparatif seseorang yang merupakan hasil dari kinerja atau hasil yang dirasakan dari produk dalam hubungan dengan harapannya (Tjiptono, 2006). Jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan puas dan apabila kinerja melampaui harapan pelanggan sangat puas atau senang (Kotler dan Keller, 2007). Semakin berkualitas produk dan jasa yang diberikan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan semakin tinggi, bila kepuasan pelanggan semakin tinggi maka dapat menimbulkan keuntungan bagi badan usaha tersebut. Dengan perasaan pelanggan yang puas maka akan terjadi sikap loyalitas pelanggan, dimana pelanggan yang merasa puas tidak akan ragu untuk terus berulang kali menggunakan pegi-peggi.

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai persepsi harga, kemudahan penggunaan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan. Maka penelitian ini berjudul “Pengaruh Persepsi Harga dan Kemudahan Penggunaan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan Pegi-peggi”.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas maka rumusan masalah dari penelitian ini, sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pegi-peggi?
2. Apakah terdapat pengaruh kemudahan transaksi terhadap kepuasan pelanggan pegi-peggi?
3. Apakah terdapat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pegi-peggi?
4. Apakah terdapat pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan pegi-peggi?
5. Apakah terdapat pengaruh kemudahan transaksi terhadap loyalitas pelanggan pegi-peggi?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pegi-peggi.
2. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan transaksi terhadap kepuasan pelanggan pegi-peggi.

3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna pegi-peggi.
4. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan pegi-peggi.
5. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan transaksi terhadap loyalitas pelanggan pegi-peggi.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak yaitu:

1. Bagi penulis, penelitian ini diharapkan memberikan kesempatan bagi penulis untuk mengembangkan ilmu yang telah diperoleh selama proses perkuliahan, mengembangkan pengetahuan penulis di bidang pemasaran yang telah menjadi ketertarikan penulis, meningkatkan kompetensi diri, kecerdasan intelektual dan emosional.
2. Bagi pihak lain, diharapkan hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dan juga dapat sebagai bacaan yang bermanfaat bagi yang memerlukan.
3. Bagi universitas, diharapkan hasil studi ini dapat dipergunakan sebagai bahan referensi untuk pengembangan kualitas pendidikan Universitas selanjutnya di masa depan, khususnya untuk jurusan Ilmu Ekonomi dan Bisnis.
4. Bagi perusahaan, diharapkan dengan adanya input informasi penelitian ini dapat bermanfaat bagi perusahaan untuk dijadikan bahan pertimbangan serta dapat dijadikan pedoman dalam melakukan perbaikan saat ini maupun masa yang akan datang.