

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era modern yang sangat pesat ini masyarakat memiliki aktifitas yang beragam khususnya mahasiswa untuk memenuhi aktifitas yang beragam mereka memerlukan alat transportasi yang menunjang untuk melakukan aktifitas tersebut. Apalagi kemajuan teknologi dalam bidang transportasi menjadi kebenaran sosial budaya yang terjadi dikalangan mahasiswa. Bahwa bisa dikatakan penggunaan kecanggihan internet dan alat komunikasi di era globalisasi sekarang memungkinkan hal tersebut dapat terjadi apalagi dikalangan kota besar seperti Surabaya.

Banyaknya pengguna ponsel pintar atau *smartphone*, baik pada sistem *android* ataupun *iOs* membuat mahasiswa/l menjadi ketergantungan pada *smartphone* dan internet. Kesempatan tersebut yang membuat peggagas bidang usaha transportasi *online* memperkenalkan ojek berbasis aplikasi *online*. Untuk saat ini transportasi online sedang ramai diperbincangkan, karena pemesanan berbasis *online* yang mudah diunduh oleh pengguna *smartphone* baik sistem *Android* atau *iOs*. Pemesanan melalui aplikasi yang sederhana membuat ojek *online* diterima dengan cepat dikalangan masyarakat khususnya untuk mahasiswa, serta berbagai macam pilihan layanan yang qdiberikan sehingga mampu memenuhi kebutuhan mahasiswa dalam bidang jasa (Anis Agustin, 2017).

Berdiri pada tahun 2011 sebagai *social entriprenurship* inovatif untuk mendorong perubahan sektor transportasi dan dapat beroperasi secara

professional. Saat ini gojek sudah bernitra dengan 10.000 pengendara ojek dari berbagai daerah misalnya Jakarta, Surabaya, Bandung, Semarang, Bali dan bahkan sekarang sudah masuk ke provinsi-provinsi daerah kecil. Pengguna ojek *online* (GO-JEK) sendiri bervariasi, mulai dari anak muda hingga dewasa, baik anak sekolah maupun pekerja kantoran. GO-JEK mampu mensegmen segala konsumen, serta mempunyai produk jasa yang mudah digunakan dan harganya tergolong bersahabat.

Pelayanan yang ditawarkan GO-JEK dan diminati di Surabaya antara lain adalah tidak hanya *go-ride* (ojek online) tetapi ada *go-food* (layanan qantar makanan dan minuman), *go-car* (layanan antar jemput dengan mobil) dan *go-send* (layanan antar barang dengan ukuran maksimum produk 40cm (lebar), 40cm (panjang), 17cm (tinggi), dan berat 7kg. Untuk layanan *go-send*, GO-JEK memberikan biaya ganti rugi sebesar Rp. 10.000.000,- untuk kehilangan produk selama produk tersebut sesuai dengan informasi yang diberikan, nominal penggantian berdasarkan struk pembelian atau nilai wajar harga qproduk.

Adanya layanan seperti ini ojek *online* atau gojek sangat penting untuk kota dengan tingkat lalu lintas yang begitu ramai seperti Kota qSurabaya qdan kota lainnya di mana mereka beraktivitas.

Penelitian ini menggunakan Gojek sebagai objek penelitian. Meskipun Gojek sebagai pionir layanan gojek berbasis aplikasi *mobile*. Namun Gojek tidak terlepas dari berbagai permasalahan. Masalah yang dihadapi Gojek terkait dengan pelayanan. Pemesanan berbasis *online* ini yang hanya terbatas bagi para pengguna *smartphone android* saja, sehingga pelanggannya hanya terbatas untuk kalangan tertentu saja. Selain itu, buruknya pelayanan pengemudi Go-jek dibuktikan dengan adanya seorang pengendara Go-jek apabila dicermati ada banyak hal yang harus dibenahi dalam layanan Go-jek yang ada saat ini khususnya asuransi keselamatan jiwa dari penumpang Go-jek

dan harga layanan. Terkait dengan keselamatan ternyata perusahaan Go-jek tidak menyediakan jasa jas hujan untuk para penumpang. Review yang qburuk qtentu bisa menyebabkan pengemudi kehilangan pekerjaan mereka sebagai seorang pengemudi, karena bukan hanya dari transportasi Go-jek, kini telah qhadir berbagai macam transportasi online yang serupa Uber, Blu-jek, Taksi Roda Dua, Grab Bike, Lady-jek, Bang Ojek Aja yang memberikan pelayanan qyang hampir sama mulai dari mengantar orang dari biaya yang berbeda-beda namun dengan sistem pemesanan yang sama yaitu pemesanan melalui qaplikasi *telephone* genggan maupun *website*.

Sementara itu, terkait dengan masalah harga ternyata untuk tarif minimum adalah Go-car gojek adalah 10.000 rupiah, sedangkan untuk Grab car tarif minimunya 7.000 rupiah. Perbandingan tarif ini menunjukkan bahwa *Grab Car* lebih murah dibandingkan dengan *Go-car* Gojek. Pelayanan yang tidak qsesuai standar ini menyebabkan citra Gojek menjadi negatif di mata qpelanggan. Selain itu, apabila hal ini dibiarkan terus menerus artinya pengemudi Go-jek tidak bekerja sesuai standar yang ditetapkan, maka akan menyebabkan pelanggan menjadi tidak puas. Alasan utama penggunaan faktor pelayanan, persepsi harga dan kepercayaan adalah untuk mengetahui bagaimana variabel tersebut mempengaruhi kepuasan pelanggan dan quntuk acuan dalam meningkatkan perkembangan Gojek di Surabaya agar selalu menjadi kebutuhan konsumen terdepan di Kota Surabaya. Pelayanan qyang tidak sesuai dengan standart ini menyebabkan kepercayaan konsumen menggunakan aplikasi gojek menjadi *negative* dimata konsumen.

Alasan utama pengguna variabel Kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kepercayaan dalah untuk mengetahui bagaimana variabel tersebut mempengaruhi kepuasan pelanggan dan untuk acuan dalam meningkatkan

perkembangan gojek di Surabaya agar selalu menjadi kebutuhan konsumen terdepan terutama mahasiswa di kota Surabaya.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang dapat dirumuskan pada penelitian ini antara lain:

1. Apakah pengaruh kualitas pelayanan secara signifikan terhadap kepuasan penggunaan transportasi online (GO-JEK) pada mahasiswa kelas mata kuliah pemasaran manajemen malam di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya?
2. Apakah pengaruh persepsi harga secara signifikan terhadap kepuasan penggunaan transportasi online (GO-JEK) pada mahasiswa kelas mata kuliah pemasaran manajemen malam di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya ?
3. Apakah pengaruh kepercayaan secara signifikan terhadap kepuasan penggunaan transportasi online (GO-JEK) pada mahasiswa kelas mata kuliah pemasaran manajemen malam di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya ?
4. Apakah kualitas pelayanan, persepsi harga, kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan penggunaan transportasi online (GO-JEK) pada mahasiswa kelas mata kuliah pemasaran manajemen malam di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan di atas maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap penggunaan transportasi online (Go-jek) pada mahasiswa kelas mata kuliah pemasaran manajemen malam di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya

2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan penggunaan transportasi online Go-jek pada mahasiswa kelas qmata kuliah pemasaran manajemen malam di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan penggunaan transportasi online Go-jek pada mahasiswa kelas qmata kuliah pemasaran manajemen malam di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kepercayaan terhadap kepuasan penggunaan transportasi online Go-jek pada mahasiswa kelas mata kuliah pemasaran manajemen malam.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Aspek Akademis

Penelitian ini di harapkan menjadi referensi tertulis untuk semua pembaca dari berbagai latarbelakang, seperti masyarakat, siswa, qsiswi ataupun mahasiswa bahkan dosen dan guru.

2. Aspek Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Untuk menambah wawasan dan kepuasan pelanggan dalam pengetahuan jasa tentang penggunaan transportasi online di Surabaya

3. Aspek Praktis

Sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi manajemen Go-jek disurabaya agar dapat menerapkan usaha-usaha untuk qmeningkatkan kualitas pelayanan ,kepercayaan dan kepuasan pada konsumen.