

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Di era modernisasi seperti saat ini, transportasi sudah menjadi salah satu kebutuhan utama bagi setiap orang. Hal itu dikarenakan transportasi dapat digunakan untuk membantu pekerjaan-pekerjaan ataupun aktivitas-aktivitas sehari-hari lainnya menjadi lebih efektif dan efisien, baik dari segi waktu maupun segi biaya. Contohnya seperti seorang bapak yang ingin mengantarkan anaknya pergi ke sekolah. Dengan adanya transportasi, maka bapak dapat mengantarkan anaknya ke sekolah dengan tepat waktu, sehingga anaknya tidak mendapat hukuman dari guru karena terlambat datang ke sekolah.

Di Indonesia, terdapat tiga jenis sarana transportasi, yaitu transportasi darat, transportasi air, dan transportasi udara. Di antara ketiga jenis transportasi tersebut, jenis transportasi darat menjadi yang paling banyak digunakan bagi masyarakat Indonesia dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Hal itu dikarenakan transportasi darat merupakan pilihan yang bisa dikatakan yang paling hemat di antara yang lainnya, baik hemat dari segi waktu maupun biaya.

Seiring berjalannya waktu, transportasi terus mengalami perkembangan ke arah yang lebih baik. Ditambah lagi dengan adanya kemajuan teknologi yang begitu pesat, yang membuat transportasi menjadi salah satu bidang yang juga bisa merasakan dampak dari kemajuannya. Salah satu kemajuan teknologi yang paling banyak membuat perubahan yaitu dengan hadirnya internet. Pada saat ini, hampir semua orang sudah mengenal dan

mahir menggunakan internet. Seperti pernyataan yang diungkapkan oleh pihak Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), yang mengungkapkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia dari tahun ke tahun diperkirakan semakin lama akan semakin meningkat.

Selain itu, penggunaan internet juga didukung dengan banyaknya bermunculan *smartphone-smartphone* canggih yang bisa dengan mudah dimiliki karena dibanderol dengan harga yang cukup terjangkau bagi masyarakat. Hal itu tentu akan membuat setiap orang menjadi lebih mudah dalam menggunakan layanan internet, karena hanya dengan sentuhan jari semua orang dapat mengakses apa yang mereka butuhkan melalui internet. Seperti data yang dilaporkan oleh Digital In 2017 Growth Overview, yang menyatakan bahwa secara statistik, masyarakat Indonesia menghabiskan waktu sekitar 3 jam 16 menit per hari untuk berselancar di media sosial. Itu artinya kemajuan teknologi khususnya internet memberikan dampak yang cukup besar terhadap masyarakat.

Berdasarkan fenomena tersebut, banyak pihak yang akhirnya berlomba-lomba memanfaatkan internet untuk menjadikannya sebagai ladang bisnis. Seperti yang kita cermati saat ini, di Indonesia terdapat banyak sekali bermunculan bisnis-bisnis yang berbasis aplikasi *online*, salah satu contohnya yaitu bisnis yang bergerak dalam bidang transportasi. Di Indonesia terdapat tiga perusahaan besar yang bergerak dalam bidang jasa transportasi berbasis aplikasi *online*, yaitu seperti Grab, Gojek, dan Uber. Kehadiran perusahaan-

perusahaan tersebut memberikan pengaruh yang sangat besar kepada masyarakat dalam menggunakan jasa transportasi.

Grab merupakan perusahaan jasa transportasi yang berasal dari Malaysia dan didirikan oleh Anthony Tan pada tahun 2012. Sampai saat ini, Grab telah hadir di 8 negara di seluruh Asia Tenggara, yaitu Indonesia, Malaysia, Singapura, Thailand, Vietnam, Cambodia, Myanmar, dan Filipina. Pada awalnya, Grab merupakan aplikasi yang hanya mempunyai layanan untuk melakukan pemesanan taksi saja. Namun, seiring berjalannya waktu Grab mampu mengembangkan layanannya dengan menambah beberapa layanan yang menarik, yaitu seperti GrabTaxi, GrabCar, GrabBike, GrabExpress, GrabFood, GrabHitch Car, GrabRent, dan Grab Fresh.

Grab atau yang sebelumnya dikenal dengan nama GrabTaxi beroperasi di Indonesia sejak Juni 2014. Pada 21 November 2017, Grab mengumumkan ekspansi layanannya ke 100 kota di Indonesia dengan pelunciran Ambon sebagai kota ke-100 dan mengukuhkan posisinya sebagai *platform* penyedia layanan transportasi terluas dari Aceh hingga Papua. Selain itu, melalui siaran pers yang *Tech in Asia* terima, Grab memaparkan bahwa Indonesia telah menyumbangkan pertumbuhan cukup besar dalam layanan yang dimilikinya, terlebih pada layanan GrabCar dan GrabBike. Dua layanan tersebut tumbuh hingga 250 kali sejak pertengahan 2015.

Tabel 1.1
Hasil Riset Top Brand Index Pada 2018 Fase 2 Kategori Jasa
Transportasi Online

MEREK	TBI	TOP
Grab	48.0%	TOP
Gojek	44.9%	TOP

Sumber: <http://www.topbrand-award.com/>

Tabel 1.1 adalah hasil riset yang dilakukan oleh Top Brand Index pada 2018 Fase 2, dapat kita lihat bahwa Grab berada di posisi pertama dan mampu mengungguli Gojek untuk kategori jasa transportasi *online* di Indonesia dengan persentase sebesar 48.0 %. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Grab adalah perusahaan penyedia transportasi *online* yang sangat diminati oleh masyarakat Indonesia. Selain itu, Grab juga berhasil meraih penghargaan sertifikasi berupa ISO 9001:2015 untuk standar tata kelola internal dan manajemen kualitas dari International Organization for Standardization (ISO). Hal itu membuat Grab diklaim sebagai perusahaan pertama di industri pemesanan kendaraan di seluruh dunia yang dihadihi penghargaan tersebut. Sertifikasi tersebut telah memvalidasi sistem manajemen kualitas Grab, seperti penanganan pertanyaan penumpang, penyaringan pengemudi dan proses pelatihan pengemudi baru, tata kelola internal serta penawaran produk serta layanan.

Sangat banyak sekali faktor-faktor yang bisa mempengaruhi seorang pelanggan untuk mendapatkan kepuasan. Salah satu faktornya yaitu kualitas pelayanan. Dengan memberikan kualitas pelayanan yang terbaik kepada

pelanggan, maka itu akan secara langsung dapat membuat konsumen merasa puas.

Selain faktor kualitas pelayanan, persepsi harga juga menjadi faktor yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan seorang pelanggan. Dengan menetapkan harga yang dipandang murah bagi konsumen, maka hal itu juga dapat membuat konsumen bisa merasakan kepuasan. Perusahaan harus bisa merancang harga sedemikian rupa agar konsumen mampu memandang harga tersebut dengan baik.

Oleh sebab itu, setiap perusahaan dituntut untuk menjadikan kepuasan konsumen sebagai prioritas, karena apabila konsumen mendapatkan kepuasan, maka pada akhirnya akan berdampak pada minat konsumen untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk atau jasa.

Penelitian merupakan replikasi dari penelitian sebelumnya yang diteliti oleh Resti dan Soesanto (2016) dengan judul “Pengaruh persepsi harga dan kualitas pelayanan melalui kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang pada Rumah Kecantikan Sifra di Pati”.

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian di atas, maka penelitian ini diberi judul “ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA JASA TRANSPORTASI GRAB DI YOGYAKARTA”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka terdapat beberapa rumusan masalah, yaitu:

1. Apakah persepsi kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa transportasi Grab?
2. Apakah persepsi harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa transportasi Grab?
3. Apakah kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli ulang pada jasa transportasi Grab?
4. Apakah persepsi kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli ulang pada jasa transportasi Grab?
5. Apakah persepsi harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli ulang pada jasa transportasi Grab?
6. Apakah kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara persepsi kualitas pelayanan dan minat beli ulang pada jasa transportasi Grab?
7. Apakah kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara persepsi harga dan minat beli ulang pada jasa transportasi Grab?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan memiliki beberapa tujuan, yaitu:

1. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa transportasi Grab?
2. Untuk menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada jasa transportasi Grab?

3. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang pada jasa transportasi Grab?
4. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang pada jasa transportasi Grab?
5. Untuk menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap minat beli ulang pada jasa transportasi Grab?
6. Untuk menganalisis peran kepuasan pelanggan dalam memediasi hubungan antara persepsi kualitas pelayanan dan minat beli ulang pada jasa transportasi Grab?
7. Untuk menganalisis peran kepuasan pelanggan dalam memediasi hubungan antara persepsi harga dan minat beli ulang pada jasa transportasi Grab?

D. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini, terdapat beberapa manfaat yang bisa diperoleh baik secara teoritis maupun secara praktis, yaitu:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran dalam ilmu manajemen, khususnya dalam konsentrasi manajemen pemasaran.
 - b. Dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi pihak-pihak yang membutuhkan untuk melakukan penelitian selanjutnya.
 - c. Dapat memperkaya jenis penelitian tentang variabel kualitas pelayanan, persepsi harga, minat beli ulang, dan kepuasan konsumen.

- d. Memberikan informasi tentang variabel-variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yang dimoderasi oleh variabel minat beli ulang.

2. Manfaat Praktik

- a. Bagi perusahaan, bisa digunakan sebagai bahan informasi maupun masukan untuk mempertimbangkan dan mengevaluasi kebijakan serta strategi perusahaan yang telah dijalankan maupun yang akan datang, khususnya dalam hal pemasaran.
- b. Bagi konsumen, bisa dijadikan sebagai sarana untuk menambah pengetahuan dalam ilmu manajemen, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran.
- c. Bagi peneliti, bisa digunakan sebagai bahan untuk menambah pengetahuan tentang penelitian.