BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kota-kota Indonesia memiliki keterbatasan akses layanan angkutan umum formal diakibatkan oleh struktur kota dan keterbatasan ukuran lebar jaringan jalan, juga disebabkan oleh tidak berfungsinya dan tertatanya sistem hierarki jaringan jalan serta kondisi lingkungan pemukiman yang bercirikan modernism/formal, berdampingan dengan tradisional kampung (informal) dengan segala aspek sosial budayanya. Sehingga jenis angkutan umum informal yang ada di Indonesia sesuai dengan kondisi tersebut dengan ciri berkapasitas kecil seperti bajaj, becak, ojek, bemo, bentor. Angkutan ini melayani pergerakan penduduk sampai ke pelosok pemukiman dan menjadikan jenis angkutan ini sebagai mata rantai dan bagian integral dari sistem angkutan umum perkotaan (Taslim Bahar, 2013:1).

Peningkatan ekonomi perkotaan diiringi dengan aktivitas dan mobilitas masyarakat perkotaan juga meningkat. Adanya kecenderungan penggunaan moda transportasi berkapasitas kecil dengan pertimbangan utama faktor waktu perjalanan, ketersediaan dan fleksibilitas untuk perjalanan jarak dekat. Sehingga penggunaan angkutan umum bermotor semakin tinggi dan penggunaan kendaraan tak bermotor semakin menurun. Hal terlihat dengan meningkatnya penggunaan ojek sepeda motor dalam hal ini adalah Grab dan menurunnya penggunaan becak di kota-kota besar (Taslim Bahar, 2013:1).

Kepuasan pelanggan merupakan adalah tingkat sebuah kebutuhan dipenuhi pada penggunaan jasa akhir. Kepuasan adalah sebuah evaluasi mengenai bagaimana sebuah retailer dapat memenuhi atau melebihi ekspektasi dari pelanggan (Levy, Weitz, & Beitelspacher, 2011). Perhatian perusahaan terhadap kepuasan pelanggan semakin besar, banyak di antara perusahaan menetapkan orientasinya pada kepuasan pelanggan. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan yaitu dengan melihat tingkat kepuasan mereka saat berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan. Adanya informasi tentang kepuasan pelanggan tentu saja menambah masukan dan dapat dijadikan dasar untuk perbaikan perusahaan menjadi lebih baik dari segi strategi kualitas layanan (Felicia Laurent, 2016:96).

Kualitas layanan adalah setiap tindakan di dalam suatu kegiatan yang dapat ditawarkan ke suatu pihak untuk pihak lain, dimana semua pada dasarnya tidak berwujud dan tidak berdampak mengakibatkan kepemilikan apapun (Kotler and Keller, 2012:41). Kualitas layanan sangat mempengaruhi pelanggan karena dengan kualitas layanan yang baik maka respon balik kepada perusahaan akan baik juga. Kualitas layanan adalah sesuatu yang secara konsisten memenuhi atau melampaui harapan pelanggan (Lovelock.dkk, 2010:41).

Loyalitas pelanggan adalah efek yang secara langsung keluar dari diri seseorang yang timbul setelah sudah merasa puas, percaya, tertarik, dengan suatu produk atau jasa yang menjadi kesetiaan akan produk ataupun jasa tersebut sehingga seseorang tersebut akan percaya dengan semua produk atau jasa dari perusahaan tersebut (Kotler dan Keller, 2012:41). Loyalitas pelanggan adalah kesediaan pelanggan untuk

terus membeli dari suatu perusahaan dalam jangka waktu yang panjang dan merekomendasikan produk kepada teman dan rekan, termasuk preferensi keinginan dan niat membeli di masa depan.

Permasalahan penelitian antara lain masih adanya penumpang yang tidak puas atau tidak senang atas pelayanan yang diberikan oleh *biker* yang bermitra dengan perusahaan grab diantaranya penumpang sering mengeluh dijemput terlambat, membatalkan pesanan penumpang tanpa alasan yang jelas *(www.grab.com)*. Disini telah terlihat adanya kelemahan yang terdapat di dalam layanan grab.

Tabel 1
Pra Survey Kepuasan pelanggan

Pertanyaan		Pilihan Jawaban				Jumlah
		Puas	Cukup Puas	Kurang Puas	Tidak Puas	
Pelayanan jasa transportasi yang memuaskan.	Jml	16	5	6	3	30
	%	53,33	16,67	20,00	10,00	100,00
Kepuasan bertransaksi pada Grab.	Jml	19	3	5	3	30
	%	63,33	10,00	16,67	10,00	100,00
Puas karena Grab mementingkan pelanggan	Jml	16	5	4	5	30
	%	53,33	16,67	13,33	16,67	100,00

Sumber : Data prasurvey, 2018.

Tabel di atas prasurvey (pertanyaan tertutup) yang disebarkan pada 30 penumpang (sebagian besar penumpang pilihan jasa *GrabFood*) menunjukkan bahwa masih terdapat fenomena tidak puas yang paling tinggi adalah tingkat orientasi Grab tentang mementingkan pelanggannya dipersepsikan 16,67% (tidak puas).

Research gap penelitian Junai Al Fian (2016) menyatakan bahwa kepuasan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Namun berbeda hasil penelitian pada jurnal Margaretha Pink Berlianto (2016) menunjukkan bahwa kepuasan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis mengambil judul **Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kualitas Layanan, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Grab di Kabupaten Kudus.**

1.2. Ruang Lingkup

Ruang lingkup penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.2.1. Subjek penelitian dilakukan pada pengguna Grab di Kabupaten Kudus.

1.2.2. Variabel independen dibatasi pada variabel kepuasan pelanggan, kualitas layanan, dan kepercayaan.

1.2.3. Variabel dependen penelitian ini adalah loyalitas pelanggan.

1.3. Perumusan Masalah

Beberapa permasalahan penelitian ini antara lain :

1. Kurang puasnya penumpang karena jadwal terlambat.
2. Membatalkan pesanan penumpang tanpa alasan yang jelas.

Berdasarkan permasalahan tersebut maka peneliti merumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut ini.

1.3.1. Bagaimanakah pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pengguna Grab di Kabupaten Kudus?

1.3.2. Bagaimanakah pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pengguna Grab di Kabupaten Kudus?

1.3.3. Bagaimanakah pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pengguna Grab di Kabupaten Kudus?

1.3.4. Bagaimanakah pengaruh kepuasan pelanggan, kualitas layanan, dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pengguna Grab di Kabupaten Kudus secara berganda?

1.3.5. Variabel manakah yang paling berpengaruh dominan terhadap loyalitas pelanggan pengguna Grab di Kabupaten Kudus?

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1.4.1. Menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pengguna Grab di Kabupaten Kudus.

1.4.2. Menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pengguna Grab di Kabupaten Kudus.

1.4.3. Menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pengguna Grab di Kabupaten Kudus.

1.4.4. Menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan, kualitas layanan, dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pengguna Grab di Kabupaten Kudus secara berganda.

1.4.5. Mengetahui variabel yang paling berpengaruh dominan terhadap loyalitas pelanggan pengguna Grab di Kabupaten Kudus.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Manfaat Praktis

1) Memberikan sumbangan pemikiran dan masukan bagi pelanggan dalam meningkatkan tingkat loyalitas dalam menggunakan jasa Grab di Kabupaten Kudus.

2) Memberikan kontribusi kepada perusahaan Grab dalam tanggungjawabnya mengenai transportasi pengangkutan pelanggan.

1.5.2. Manfaat Teoritis

Menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti, khususnya mengenai loyalitas pelanggan yang dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan, kualitas layanan dan kepercayaan dalam menggunakan jasa Grab di Kabupaten Kudus.