



BAB I

PENDAHULUAN

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

A. Latar Belakang Masalah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Globalisasi merupakan salah satu hal yang berpengaruh bagi kehidupan setiap manusia yang ada di dunia ini terutama perilaku mereka dalam berbagai hal. Misalnya gaya hidup, perjalanan (transportasi), komunikasi, nilai-nilai, tradisi, dan sebagainya (sumber terkait: <http://maulanaazis.blogspot.co.id/2013/01/pengaruh-globalisasi-terhadap-gaya-hidup.html>, diakses pada tanggal 23 Mei 2016). Salah satu pengaruh globalisasi terhadap manusia adalah dalam hal kebutuhan akan transportasi. Hal ini ditunjukkan dari perkembangan jumlah kendaraan yang bertambah seperti pada tahun 2009 sebanyak 67,336,644 unit, tahun 2010 yang sebanyak 76,907,127 unit sampai pada tahun 2013 yang berjumlah sebanyak 104,118,969 unit (sumber: <http://bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/1413>, diakses pada tanggal 23 Mei 2016).

Berdasarkan salah satu situs yang terdapat pada www.belonomi.com, salah satu transportasi yang paling diminati masyarakat terutama kaum urban adalah taksi. Taksi menjadi salah satu alternatif transportasi untuk masyarakat khususnya kaum urban dengan mobilitas urban yang tinggi. Ada banyak hal yang menjadi alasannya. Setidaknya ada 3 hal yang mendasar mengapa penggunaan taksi menjadi pilihan banyak orang.

Yang pertama adalah alasan efisiensi waktu yang menjadi prioritas utama pengguna taksi. Harapan mereka untuk dapat lebih cepat sampai tujuan membuat orang lebih memilih untuk menggunakan taksi sebagai transportasi pilihan mereka,

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



disamping itu orang tersebut juga tidak perlu berlama-lama menunggu angkutan kota yang terkadang jenuh dan berdesakan.

Alasan yang kedua adalah alasan keamanan. Bagi pengguna taksi sebagai alat transportasi, alasan keamanan juga menjadi salah satu alasan utama. Hal ini merupakan modal terpenting yang harus dimiliki penyedia layanan transportasi tentunya, taksi memang menimbulkan kesan lebih eksklusif dan dinilai lebih aman dibandingkan dengan alat transportasi lain.

Yang ketiga adalah alasan kenyamanan. Alasan kenyamanan pengguna merupakan salah satu hal terpenting dalam layanan jasa transportasi. Pengguna taksi mungkin dapat membuat orang akan terhindar dari desakan penumpang lain yang membuat dirinya tak nyaman saat pergi ke tempat tujuan. Penumpang taksi juga akan terhindar dari kepanasan saat terik di siang hari atau basah saat hujan. Selain itu juga terhindar dari penat karena naik turun saat berganti angkutan kota atau terkena asap knalpot jalan raya. (sumber: <http://www.belonomi.com/2015/06/3-alasan-penting-penggunaan-taksi.html>, diakses pada tanggal 23 Mei 2016).

Namun seiring berjalannya waktu berbagai keluhan akan transportasi taksi mulai terlihat. Menurut beberapa sumber yang didapat, terdapat keluhan-keluhan yang diungkapkan oleh netizen mengenai layanan taksi konvensional ini. seperti adanya kesulitan pemesanan saat jam-jam sibuk yang berkemungkinan besar menyebabkan pelanggan tidak mendapat taksi, pengemudi taksi yang seringkali tidak tahu lokasi atau jalan (padahal pengetahuan akan jalan sangatlah penting bagi pengemudi taksi), pengemudi yang bisa dengan seandainya berperilaku kurang baik seperti menolak pelanggan yang tujuannya agak jauh, atau harus melewati jalanan rusak dan macet



dan bahkan tidak jarang disertai dengan kata-kata yang kurang mengenakan seperti menyuruh pelanggan mencari transportasi lain atau beralasan terlalu jauh. (sumber terkait : <http://lifestyle.liputan6.com/read/2458407/alasan-mereka-pilih-uber-dan-grab-daripada-taksi-konvensional?p=1> dan <https://eseinosa.wordpress.com/2016/03/29/lima-pertanyaan-tentang-uber-vs-taksi-di-indonesia/>, diakses pada tanggal 23 Mei 2016).

Hal ini akhirnya disingkapi dengan jeli oleh para entrepreneur. Beberapa diantaranya adalah Uber dan Grab. hadirnya Uber dan Grab diawali dari usaha untuk melakukan pemecahan masalah terhadap kesulitan sang pendiri perusahaan dalam mendapatkan taksi di Negara asal mereka mulai dari pendiri Uber yaitu Travis Kalanick Wapath dan Garret Campt, serta penipuan oleh supir taksi yang dilakukan terhadap rekan dari Anthony Tan, pendiri Grab. Akhirnya entrepreneur dari kedua perusahaan tersebut membuat inovasi dengan menggunakan teknologi layanan aplikasi yang dapat mempertemukan penumpang dengan pengemudi yang akhirnya dikenal dengan Uber Taxi dan Grab Taxi atau yang sering disebut masyarakat sebagai taksi online. (sumber: <http://pulsasolusi.com/uber-taxi-berawal-kekecewaan-kini-berubah-menjadi-karya-besar/> dan <https://id.techinasia.com/revolusi-taksi-di-asia-tenggara-startupasia-preview>, diakses pada tanggal 23 Mei 2016). Karena kelahiran transportasi roda empat berbasis aplikasi online ini, banyak konsumen atau masyarakat yang terpengaruh untuk berpindah dari taksi konvensional ke transportasi taksi berbasis aplikasi online, bahkan jumlah mereka mencapai 45 persen (sumber: <http://news.okezone.com/read/2016/03/26/338/1346170/kadin-dki-45-persen-konsumen-pindah-ke-transportasi-online>, diakses pada tanggal 23 Mei 2016).



Layanan berbasis aplikasi online tersebut rata-rata muncul sebagai solusi atas upaya meningkatkan layanan lebih mudah, efisien, aman, nyaman, terpercaya dengan tarif jelas dan tidak merepotkan pengguna jasa mencari taksi atau ojek dan juga tidak merepotkan sopir keliling atau “mangkal” mencari-cari penumpang. Layanan tersebut memungkinkan seseorang di gedung lantai tujuh memesan taksi dengan informasi lengkap walau entah dimana posisi taksi yang dipesan. Namun ketika si pemesan turun ke lantai bawah, taksi sudah siap di depan gedung dan bisa langsung berangkat. Cukup tekan tombol aplikasi, jenis layanan transportasi, harga layanan yang diinginkan dan sebagainya sudah lengkap tersedia (sumber yang terkait: <http://www.medanbisnisdaily.com/news/read/2016/04/05/226180/menyongsong-era-ekonomi-berbasis-online/#.V2HEirt97IU>, diakses pada tanggal 23 Mei 2016).

Namun seiring berjalannya waktu, beberapa keluhan mulai bermunculan pada Uber dan Grab tersebut. Mulai dari keluhan netizen terhadap aplikasi Uber yang sempat mengalami error (sumber: <http://www.koko-nata.net/2015/07/pengalaman-uber-suatu-malam.html>, diakses pada tanggal 23 Mei 2016), sampai penipuan supir Uber dan Grab dengan memanfaatkan celah-celah dari aplikasi dan penipuan langsung terhadap konsumen. Misalnya yang dilakukan supir dari Uber dengan memperlama waktu jemput dengan berbagai alasan sehingga meminta pembatalan pesanan dan terkena cancellation fee, tidak segera mematikan argo ponsel saat perjalanan usai, mengambil rute lebih jauh supaya perhitungan biaya lebih besar, sampai apabila perjalanan terlalu dekat, supir akan mengaku baterai ponselnya habis sehingga tak bisa menyalakan aplikasi lagi dan menawari konsumen untuk membayar secara tunai yang padahal seharusnya seluruh transaksi memakai kartu kredit.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



(sumber: <http://otodriver.com/article/view/terkuak-modus-penipuan-oknum-sopir-uber-taxi-di-indonesia/UOSJyEpRm11fULRu3yW0R2LoezkKpQQkJ1bqU62aJg#sthash.W6kzi0b9dpbs>, diakses pada tanggal 23 Mei 2016)

Grab-pun mendapatkan keluhan dari konsumen, salah satu netizen yang sempat dicatat dalam tekno.kompas.com mengatakan bahwa biasanya apabila supir menerima orderan pelanggan maka akan langsung memencet tombol selesai agar terlihat seperti telah menyelesaikan orderan sehingga supir dari grab bisa mendapatkan pemasukan karena telah “mencapai” target order tertentu (sumber: <http://tekno.kompas.com/read/2015/09/17/14520387/akal-akalan.aplikasi.juga.dilakukan.sopir.grabtaxi>, diakses pada tanggal 23 Mei 2016).

Hal ini mulai menurunkan kepuasan para konsumen Grab dan Uber yang selama ini telah lama berdiri, penurunan loyalitas juga terjadi pada kalangan konsumen Grab dan Uber.

Pada akhirnya loyalitas konsumen yang menghasilkan keuntungan perusahaan itu yang diharapkan. Menurut Leon G. Schiffman dan Joseph L. Wisenbitt (2015:44), bahwa pelanggan yang loyal adalah pelanggan yang merasa puas sepenuhnya akan melakukan pembelian berulang dan kecil kemungkinan untuk beralih ke pesaing. Biasanya mereka akan menjadi “*customers for life*”. Ada keinginan pelanggan untuk menggunakan jasa secara berkesinambungan dan ada kemauan untuk mengkomunikasikannya kepada teman-teman dan orang lain (*positive word-of-mouth*).

Berdasarkan hasil studi yang telah dikemukakan, maka dapat dijelaskan *research gap* melalui tabel berikut ini :



Tabel 1.1.
Temuan Research Gap

No	Research Gap	
1	Pengaruh antar variabel	Pertama, ada pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen. Kedua, ada pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen.
	Nama peneliti (tahun)	Noviana dan Dergibson Siagian (2013)
	Judul penelitian	Menuju Loyalitas Konsumen : Antara Kualitas dan Kredibilitas
	Nama jurnal/publikasi	Jurnal Ekonomi Perusahaan Vol. 20 No. 1 ISSN: 0854-8153, pp: 95-104
	Hasil penelitian yang ditemukan	Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kualitas layanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen secara langsung maupun melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening.
2	Pengaruh antar variabel	Tidak ada pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen.
	Nama peneliti (tahun)	Ahmad Nurul Huda & Sri Wahyuni (2012)
	Judul penelitian	Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking dan Tingkat Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Jamsostek Jakarta
	Nama jurnal/publikasi	Bakrie Business & Management Review Vol. 2 No. 2 ISSN:2067-6122, pp: 243-254 http://jurnal.bakrie.ac.id/index.php/journal_BMR/article/view/365/311 , diakses pada tanggal 23 Mei 2016)

© Hak Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 1.1
Temuan Research Gap

No.	Research Gap	
2	Hasil penelitian yang ditemukan	Kualitas layanan memiliki pengaruh negative atau tidak berpengaruh positif secara langsung terhadap loyalitas. Tetapi memiliki pengaruh positif secara tidak langsung melalui tingkat kepuasan. (dengan kata lain kualitas layanan berpengaruh positif terhadap tingkat kepuasan).
3.	Pengaruh antar variabel	Tidak ada pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen
	Nama peneliti (tahun)	Anastasia Resty Tjahjadi, Budi Hermawan, dan Brastoro (2011)
	Judul penelitian	Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan dan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Starbucks Coffee Mall Puri Indah
	Nama jurnal/publikasi	Jurnal Ekonomi Perusahaan Vol.18 No.2 ISSN : 0854-8153 pp: 212-221
	Hasil penelitian yang ditemukan	Variabel kepuasan pelanggan hilang setelah dilakukan pengujian dengan program Lisrel 8.50, tidak terdapat cukup bukti bahwa kepuasan pelanggan mempengaruhi loyalitas pelanggan. Pelanggan yang puas belum tentu loyal. Hal ini dapat dipengaruhi faktor lain dari luar.
4.	Pengaruh antar variabel	Tidak ada pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen
	Nama peneliti (tahun)	Yesenia dan Edward H. Siregar (2014)
	Judul penelitian	Pengaruh Kualitas Layanan dan Produk terhadap Kepuasan serta Loyalitas Pelanggan <i>Kentucky Fried Chicken</i> di Tangerang Selatan

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 1.1
Temuan Research Gap

No	Research Gap	
4.	Nama jurnal/publikasi	Jurnal Manajemen dan Organisasi Vol.V, No. 3, Desember 2014, pp: 183-199
	Hasil penelitian yang ditemukan	Kualitas layanan tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan namun memiliki pengaruh yang positif terhadap loyalitas pelanggan berdasarkan total pengunjung, karakteristik pelajar maupun non pelajar.

Dari tabel *research gap*, dapat diketahui bahwa terdapat keterkaitan antara kualitas layanan, kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen, maka perlu dijawab bagaimana pengaruh masing – masing kualitas layanan Grab dan Uber serta kepuasan konsumen dalam menciptakan loyalitas. Berdasarkan hal ini, maka penelitian yang dilakukan oleh penulis disusun dalam bentuk skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen Taksi Online Beroda Empat Grab dan Uber di Jakarta.”**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka dapat diidentifikasi masalah penelitian sebagai berikut:

1. Masih ada keluhan konsumen terhadap layanan Grab dan Uber seperti yang termuat di media *online*.
2. Masih ada konsumen yang belum puas terhadap kualitas layanan Grab dan Uber di Jakarta.
3. Masih ada konsumen yang mengkomunikasikan kekecewaannya kepada sesama konsumen Grab dan Uber.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan uraian identifikasi masalah yang telah dikemukakan, masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini akan dibatasi pada :

1. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Grab dan Uber di Jakarta.
2. Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen Grab dan Uber di Jakarta.
3. Pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen Grab dan Uber di Jakarta.

D. Batasan Penelitian

Agar penelitian dapat dilakukan dengan fokus, maka penulis membuat batasan penelitian sebagai berikut :

1. Obyek penelitian adalah transportasi online beroda empat Grab dan Uber yang beroperasi di Jakarta.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© HAK CIPTA MILIK IBI KKG (INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Subyek penelitian adalah para konsumen transportasi online beroda empat Grab dan Uber di Jakarta.

3. Teknik pengumpulan data hanya berdasarkan kuesioner

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dijabarkan dalam *research question* sebagai berikut :

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Grab dan Uber di Jakarta?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas Grab dan Uber di Jakarta?
3. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Grab dan Uber di Jakarta ?

F. Tujuan Penelitian

Penulis merumuskan tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini, yaitu untuk :

1. Mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Grab dan Uber di Jakarta.
2. Mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen Grab dan Uber.
3. Mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen Grab dan Uber.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



G. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi :

1. Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai kontribusi bagi manajer pemasaran pada perusahaan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen melalui kualitas layanan dan dampaknya pada loyalitas konsumen.

Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi masukan agar dapat mengaplikasikan strategi yang tepat dan membenahi kekurangan yang ada untuk meningkatkan kinerja perusahaan di masa mendatang serta meningkatkan jumlah konsumen yang loyal pada perusahaan.

2. Akademis

Penelitian ini diharapkan akan bermanfaat bagi para akademisi dalam mengembangkan kajian ilmu pemasaran, khususnya tentang kualitas layanan, kepuasan konsumen, loyalitas konsumen dan hubungan-hubungannya di antara konsep tersebut. Hasil penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai referensi bagi penelitian-penelitian lebih lanjut dengan bidang pemasaran.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.