**BAB I**

**PENDAHULUAN**

1. **Latar Belakang Masalah**

Saat ini transportasi umum merupakan kebutuhan masyarakat yang sangat dibutuhkan karena melihat dari kesibukan masyarakat saat ini. Perkembangan transportasi mengalami perubahan yang signifikan mengingat kemacetan adalah masalah utama di Ibukota yang tidak dapat terselesaikan sedemikian rupa, oleh karena itu banyak masyarakat yang lebih memilih kendaraan umum untuk berpergian karena dianggap lebih praktis dan cepat.

 Namun transportasi umum yang disediakan pemerintah saat ini belum memadai, seiring dengan pertumbuhan penggunaan *smartphone* di Indonesia mendorong perusahaan berbasis *online* dari dalam maupun luar negeri mulai hadir dan mengembangkan bisnisnya di Indonesia. Hal ini mendorong perkembangan dunia usaha yang semakin pesat dan membuat persaingan pasar semakin ketat. Meningkatnya persaingan antar produsen menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih daripada yang dilakukan oleh pesaing, sehingga mendorong perusahaan untuk melakukan sistem pemasaran dan menciptakan strategi untuk bersaing dengan perusahaan yang lain karena persaingan adalah kunci keberhasilan suatu perusahaan.

 Hadirnya transportasi berbasis aplikasi yang saat ini sudah dikenal seperti Grab dan Go-Jek, transportasi berbasis aplikasi ini terbukti memberikan perubahan yang signifikan terutama bagi kehidupan sosial masyarakat. Bahkan kedua perusahaan ini menjadi perusahaan jasa berbasis aplikasi yang menjadi pilihan utama bagi masyarakat dimana kedua perusahaan tersebut saling berkompetisi secara ketat satu sama lainnya dengan menawarkan variasi layanan jasa dengan tujuan untuk menciptakan kepuasan pada konsumen. Berikut Data jumlah penggunaan Transportasi *Online* di Indonesia pada **Gambar 1.1**

**Gambar 1.1**

**Data Jumlah Penggunaan Transportasi Online di Indonesia**

Sumber: https://mix.co.id

 **Gambar 1.1** Menunjukkan bahwa tingkat penggunaan Transportasi berbasis aplikas antara Grab dan Go-Jek masih cukup tinggi dilihat dari frekuensi Penggunaan layanan Mobil, Motor dan layanan Makanan, untuk layanan Mobil, GrabCar sebanyak 34% sedangkan Go-Car 25% frekuensi per minggu, pengguna layanan Motor untuk GrabBike sebanyak 58% dan Go-Ride sebanyak 64% per hari, dan untuk layanan Makanan GrabFood 77% sedangkan Go-Food 75% per hari.

 Pentingnya memperhatikan kepuasan pelanggan karena merupakan faktor penentu bagi eksistensi suatu perusahaan, tanpa pelanggan perusahaan tidak dapat bertahan. Saat ini perhatian terhadap kepuasan maupun ketidakpuasan pelanggan semakin besar, Persaingan yang semakin ketat khususnya dalam bidang transportasi, dimana banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginaan konsumen, menyebabkan setiap perusahaan jasa harus memperhatikan orientasi kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama dan sebagai kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah dengan memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa dengan harga bersaing sehingga mendorong PT.Grab Indonesia untuk mengembangkan layanan aplikasi seperti GrabTaxi, GrabCar, GrabShare, GrabBike, GrabExpress, GrabFood, Rent, GrabFresh dan Rute. Semua orang harus memiliki akses terhadap transportasi, karena transportasi adalah hak bukan keistimewaan. Itu sebabnya Grab bekerja sangat keras dalam menciptakan platform yang mendukung segala kebutuhan konsumen, tanpa memandang pendapatan, usia, dan kebutuhan khusus (sumber: https://www.grab.com). Seiring berjalannya waktu, mulai banyak keluhan yang terlihat dan dirasakan pelanggan transportasi berbasis aplikasi tersebut, seperti kasus yang dialami konsumen terhadap aplikasi Grab yang dirampok oleh pengemudi taksi online menggunakan pisau *cutter* dan mengancam penumpang dengan meminta uang dan barang milik penumpang(sumber:.https://kabar24.bisnis.com). Hal ini dapat menurunkan kepuasan konsumen, Menurut Kotler dan Keller (2016:153), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingan kinerja atau hasil sesuai dengan harapan. Jika kinerja jauh dari harapan maka pelanggan tidak puas, jika sesuai harapan maka pelanggan puas. Jika melebihi harapan maka pelanggan akan sangat puas atau senang.

 Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GRAB CAR DI JAKARTA UTARA ”.** Agar dapat mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

 Dengan adanya kepuasaan pelanggan yang disediakan oleh suatu perusahaan akan menciptakan penggunaan aplikasi grab semakin digunakan. Kelangsungan hidup sebuah perusahaan sangat tergantung pada kepuasan para pelanggannya di satu sisi dan kemampuan menghasilkan keuntungan di sisi lainnya.

1. **Identifikasi Masalah**

 Berdasarkan permasalahan yang ditemukan dalam latar belakang yang sudah disebutkan diatas, maka peneliti ingin mengindentifikasi beberapa masalah yaitu :

1. Bagaimana kualitas Layanan menurut pelanggan GrabCar Jakarta Utara?
2. Bagaimana persepsi harga menurut pelanggan GrabCar di Jakarta Utara?
3. Bagaimana pengaruh kualitas Layanan terhadap kepuasan pelanggan GrabCar di Jakarta Utara?
4. Bagaimana pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan GrabCar di Jakarta Utara?
5. **Batasan Penelitian**

Penulis membatasi ruang lingkup penelitian dengan beberapa hal sebagai berikut :

1. Obyek yang diteliti penulis adalah Kualitas Layanan, Persepsi Harga, dan Kepuasan Pelanggan GrabCar.
2. Wilayah yang diteliti di daerah Jakarta Utara.
3. Subyek penelitian ini adalah konsumen yang pernah memakai pelayanan GrabCar di Jakarta Utara.
4. Responden 165 orang.
5. **Rumusan masalah**

Berdasarkan batasan masalah yang telah diuraikan, maka rumusan masalah yang diajukan untuk penelitian ini yaitu:

“Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan GrabCar di Jakarta Utara.”

1. **Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan fokus masalah yang peneliti temukan, tujuan penelitian ini Antara-lain:

1. Untuk mengetahui kualitas Layanan menurut pelanggan GrabCar di Jakarta Utara.
2. Untuk mengetahui Persepsi Harga menurut pelanggan GrabCar di Jakarta Utara.
3. Bagaimana pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan GrabCar di Jakarta Utara.
4. Bagaimana pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan GrabCar di Jakarta Utara.
5. **Manfaat Penelitian**

Penelitian diharapkan bermanfaat bagi :

1. Bagi Penulis

Penelitian ini dilakukan penulis untuk menambah pengetahuan dan mampu menerapkan konsep-konsep teoritis pemasaran yang telah dipelajari ke dalam dunia praktis.

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan bagi perusahaan untuk terus melakukan perbaikan terhadap kualitas jasanya supaya dapat terus bertahan dan berkembang di kemudian hari.

1. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi para pembaca yang ingin mempelajari lebih lanjut mengenai Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan.