

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan yang tinggi antar perusahaan menuntut perusahaan penyedia jasa melakukan strategi pemasaran yang unik dan inovasi pada jasa yang ditawarkan kepada konsumen agar tercipta kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan salah satu tujuan utama untuk mencapai keberhasilan perusahaan. Perusahaan dalam memenangkan persaingan harus membuat produk dan jasa terbaik yang memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang selalu berubah. Salah satu kebutuhan konsumen adalah transportasi.

Transportasi menjadi aspek penting dalam mobilisasi masyarakat dari satu tempat ke tempat lain. Pada tahun 2015, muncul inovasi penyedia jasa pelayanan Online yang berasal dari Indonesia yaitu Gojek. Gojek merupakan jasa layanan angkutan ojek sepeda motor berbasis aplikasi android. Gojek sukses menarik perhatian konsumen pengguna Ojek di Kota Medan. Hal tersebut karena memiliki sistem yang terorganisir dan perhitungan tarif yang jelas. Gojek memiliki berbagai layanan lainnya seperti, *Go-Ride* yaitu jasa pengangkutan penumpang, *Go-Food* yaitu jasa pembelian dan mengantar pesanan makanan ke konsumen, *Go-Mart* yaitu jasa pembelian dan mengantar pesanan belanja konsumen, *Go-Send* yaitu jasa antar paket ke tujuan konsumen.

Mahasiswa merupakan bagian dari pengguna jasa Gojek. Peneliti menemukan beberapa mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Medan Area yang menggunakan jasa Gojek khususnya *Go-Food* dan *Go-Mart*. Dalam penelitian ini, dibatasi pada jasa *Go-Food* dan *Go-Mart* yang disediakan Gojek. Karena kedua layanan tersebut yang paling banyak digunakan mahasiswa. Dibalik kesuksesan Gojek di Kota Medan, terdapat beberapa keluhan pengguna jasa Gojek. Berbagai keluhan seperti pesanan yang dibatalkan sepihak oleh driver Gojek, voucher promo tidak dapat digunakan, daya jangkau wilayah terbatas dan lainnya.

Walaupun terdapat beberapa yang mengeluh atas kinerja Gojek, tetapi minat para mahasiswa untuk tetap menggunakan jasa Gojek khususnya *Go-Food* dan *Go-Mart* tetap banyak. Banyak mahasiswa yang telah berulang kali dalam melakukan pesanan *Go-Food* melalui Gojek. Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul, **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Jasa Gojek Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area”**.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka perumusan permasalahan yang akan diangkat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada pengguna jasa Gojek di mahasiswa program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area?

2. Apakah ada pengaruh harga secara parsial terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa Gojek pada pengguna jasa Gojek di mahasiswa program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area?
3. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap Loyalitas konsumen pada pengguna jasa Gojek di mahasiswa program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area?
4. Apakah ada pengaruh harga secara parsial terhadap Loyalitas konsumen pada pengguna jasa Gojek di mahasiswa program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area?
5. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada pengguna jasa Gojek di mahasiswa program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada pengguna jasa Gojek di mahasiswa program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga secara parsial terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa Gojek pada pengguna jasa Gojek di mahasiswa program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.

3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap Loyalitas konsumen pada pengguna jasa Gojek di mahasiswa program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
4. Untuk mengetahui pengaruh harga secara parsial terhadap Loyalitas konsumen pada pengguna jasa Gojek di mahasiswa program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
5. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada pengguna jasa Gojek di mahasiswa program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini, diharapkan dapat memberikan suatu manfaat, baik langsung maupun tidak langsung bagi berbagai pihak, yaitu :

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang berguna kepada pihak penyedia layanan Gojek dalam merancang produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mahasiswa.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran.

3. Bagi Lembaga Pendidikan

Menambah dan melengkapi bahan referensi dan literatur bagi mahasiswa lainnya di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Menjadi referensi pembanding dan rujukan penelitian untuk melakukan penelitian selanjutnya dalam melakukan penelitian tentang pemasaran jasa.

