

# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi berkembang sangat pesat dalam era disruptif seperti saat ini sehingga mendorong terciptanya inovasi baru dan pada akhirnya menggantikan teknologi sebelumnya. Salah satu industri yang mengalami pertumbuhan yang sangat pesat pada saat ini adalah transportasi *online* (Mutaqin et al., 2023). Perkembangan teknologi yang terjadi saat ini mendorong terciptanya sebuah inovasi baru bagi para pebisnis. Dengan peluang seperti ini pebisnis membuat aplikasi transportasi *online* yang dapat diunduh melalui *google playstore* maupun *appstore*. InDrive hadir menjadi salah satu inovasi transportasi *online* dengan menawarkan harga yang murah serta penggunaannya yang mudah hanya dengan melalui *smartphone*.

Loyalitas atau kesetiaan merupakan suatu komitmen yang dipegang kuat untuk membeli atau berlangganan produk atau jasa tertentu di masa depan meskipun ada pengaruh situasi dan usaha pemasaran yang berpotensi menyebabkan perubahan perilaku (Kotler & Keller, 2016). Pelanggan yang loyal tentunya akan membuat rekomendasi kepada calon konsumen lainnya yang mampu memberikan dampak positif bagi sebuah bisnis. Manfaat dari loyalitas tersebut membuat pendapatan usaha bisnis menjadi stabil dimana pelanggan yang loyal akan lebih konsisten dalam menggunakan produk barang atau jasa suatu usaha bisnis. Diantara berbagai faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan diantaranya yaitu kualitas layanan, harga dan juga kepuasan pelanggan.

Kepuasan konsumen dapat dikatakan sebagai evaluasi purnabeli antara persepsi terhadap kinerja alternatif produk atau jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan. Apabila persepsi terhadap kinerja tidak bisa memenuhi harapan, maka yang terjadi adalah ketidakpuasan. Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan tidak akan sangat puas atau senang (Tjiptono & Chandra, 2020).

Harga merupakan salah satu faktor utama yang menentukan loyalitas pelanggan dalam memilih untuk terus melakukan pembelian dan menggunakan layanan yang telah dibelinya. Harga suatu produk jasa merupakan faktor penentu yang penting. Harga dapat dikatakan juga sebagai satu satunya unsur bauran pemasaran yang mendatangkan pendapatan bagi organisasi. Disatu sisi harga mahal dapat meningkatkan laba jangka pendek, tetapi disisi lain akan sulit dijangkau konsumen (Tjiptono & Chandra, 2020). Untuk mencapai tujuan tersebut, semua pelaku usaha harus berupaya untuk memproduksi dan menyediakan barang dan jasa yang diinginkan konsumen dengan harga yang wajar. Harga juga merupakan satu satunya dan elemen yang menghasilkan pendapatan sedangkan elemen lainnya menghasilkan biaya. merupakan sesuatu yang harus diberikan konsumen untuk membeli barang atau jasa (Peter & Olson, 2014).

Kualitas pelayanan bisa dikatakan sebagai produk atau jasa bebas cacat. Dengan kata lain, produk sesuai dengan standar (target, sasaran atau persyaratan yang bisa didefinisikan, diobservasi dan diukur (Tjiptono & Chandra, 2020). Kualitas pelayanan merupakan standar kinerja tinggi yang secara konsisten memenuhi harapan pelanggan (Wirtz & Lovelock, 2016). Kualitas merupakan nilai yang diberikan kepada pelanggan atau sejauh mana produk atau jasa memenuhi spesifikasinya (Lupiyoadi, 2014).

Transportasi *online* merupakan salah satu sektor yang sedang mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Beberapa perusahaan kini telah menyediakan transportasi *online* untuk memenuhi kebutuhan masyarakat setempat. Transportasi merupakan salah satu elemen penting dalam kehidupan manusia dari dulu sampai sekarang (Putra et al., 2022). Transportasi berperan dalam berbagai kegiatan manusia mulai yang sifatnya ekonomi, sosial, rekreasi sampai dengan aspek militer. Bahkan era modern sekarang berbagai fasilitas dan moda transportasi menopang kehidupan manusia. Transportasi *online* merupakan pelayanan jasa transportasi yang berbasis internet dalam setiap kegiatan transaksinya mulai dari pemesanan, pemantauan jalur, pembayaran dan penilaian terhadap pelayanan jasa itu sendiri. Transportasi *online* menjadi sebuah bentuk dari penyelenggara lalu lintas dan angkutan jalan yang berjalan

dengan mengikuti serta memanfaatkan perkembangan kemajuan zaman yaitu teknologi digital.

Layanan transportasi *online* terbaru inDrive yang baru diluncurkan secara serentak tanggal 14 Januari 2020 lalu ini juga memilih kota Malang sebagai kota pilihan yang menjadi tempat peluncuran aplikasi inDrive dari beberapa kota lainnya di Indonesia. Kehadiran inDrive di kota Malang ini juga dalam rangka meninjau respon masyarakat akan inovasi terbaru aplikasi transportasi *online* dimana inDrive yang menawarkan salah satu fitur unggulannya yaitu *Real Time Deals* (RTD) yaitu fleksibilitas bagi pengguna untuk bernegosiasi dengan pengemudi mengenai biaya perjalanan, berbeda dengan transportasi lain yang biasanya menetapkan tarif secara otomatis berdasarkan algoritma (Rwanda, 2020). Jadi fitur *Real Time Deals* membuat penumpang dapat menentukan biaya perjalanannya sendiri.

**Gambar 1. 1** Fitur negosiasi tarif transportasi online inDrive



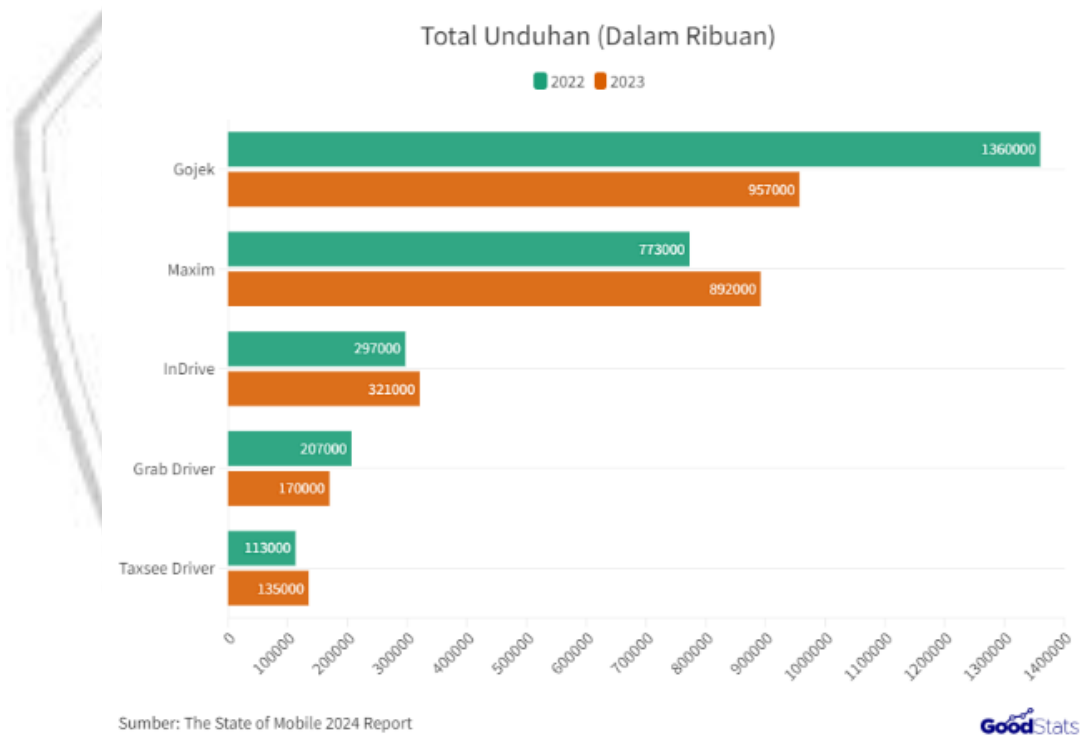
Sumber : <https://indrive.com/> diakses Oktober 2024

InDrive memudahkan pengguna dan pengemudi untuk menggunakan aplikasi karena fleksibilitas yang ditawarkannya. Baik itu dari cara kerja aplikasi inDrive mulai dari fitur unik yaitu negosiasi tarif atau fitur lanjutan lainnya seperti berbagi lokasi serta tombol darurat dan kini inDrive telah terbukti menjadi fitur yang efektif bagi pengguna aplikasi.

Salah satu transportasi *online* pesaingnya yaitu Maxime. Perbedaan harga serta kualitas pelayanan yang diberikan oleh Maxime dan inDrive menjadi salah

satu faktor mengapa konsumen memilih untuk menggunakan inDrive. Jarak yang sama namun dengan tarif yang berbeda namun pelayanan yang sama mampu mempengaruhi konsumen dalam memilih sebuah layanan transportasi *online*. Hal tersebut mampu meningkatkan jumlah konsumen inDrive karena harga serta kualitas pelayanan yang mampu mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan.

**Gambar 1. 2 Peringkat unduhan transportasi online di Indonesia**  
**Data Total Unduhan Aplikasi Transportasi Online Indonesia (2022/2023)**



Sumber : [goodstats.id/](https://goodstats.id/) diakses Oktober 2024

Dari data yang ada pada gambar tersebut menunjukkan bahwa inDrive berada pada posisi ketiga peringkat unduhan transportasi *online* terbanyak di Indonesia ([goodstats.id/](https://goodstats.id/) diakses Oktober 2024). Eksistensi aplikasi pemesanan transportasi digital turut meluas beriringan dengan keterbukaan dan kelapangan masyarakat Indonesia terhadap performa bisnis transportasi *online*.

Semakin ketatnya persaingan akibat maraknya ojek *online*, pendiri InDrive melakukan sebuah strategi yang berbeda agar dapat bersaing dengan pendiri transportasi *online* pesaingnya. Layanan *ride-hailing* ini hadir untuk merespon kebutuhan transportasi masyarakat, terutama taksi dengan tarif yang adil dan bersahabat bagi semua kalangan. Kehadiran InDrive ini sendiri lantas mendobrak kebiasaan tersebut dengan menerapkan tarif layanan yang bisa dinegosiasi. Hal ini pun tergambar dengan jelas pada logo perusahaan yang bermakna kekuatan untuk mementang ketidakadilan. Berikut adalah data konsumen yang merasa puas dan ingin loyal dalam menggunakan jasa inDrive.

**Tabel 1. 1 Ulasan Konsumen Terkait Kepuasan Dan Loyalitas**

<b>Nama Pengguna</b>	<b>Ulasan</b>
Dina Ritonga	Supirnya sabar menunggu dan sopan kepada konsumen.
Cylalya	Bagus, Aplikasi sangat membantu, nyaman digunakan dan juga sangat murah.
Rizki Meilova	Demi Allah honest review, cinta mati banget sama aplikasi ini. Harganya manusiawi banget, jadi gapernah ragu buat ngasih hak lebih/tip untuk driver.
Dullah	Sangat baik aplikasi ini untuk dijadikan jasa transportasi. Ayo dukung dan gunakan harga dengan sesuai dan driver yang bagus, wangi, dan bersih.
Nisyaaindi	Murah dan sangat membantu serta drivernya ramah-ramah.
Varia Plastik	Selalu puas dengan inDrive, murah dan supirnya sopan, ramah. Semoga semakin rame pengguna inDrive.
Dika Mahardika	Menyenangkan, mobil nyaman dan bersih serya driver yang ramah.
Ariesantie	Driver yang ramah, kooperatif, cepat tapi aman dalam perjalanan & tepat waktu.
Carlina Wedding	Recommended, murah dan perjalanan menyenangkan.
Arkan Zaheer	Sangat membantu dalam perjalanan dan mudah dalam mencari kebutuhan dalam berkendara, sukses selalu buat inDrive.

Sumber : Appstore ulasan aplikasi inDrive diakses pada Oktober 2024

Tabel diatas merupakan data dari konsumen yang merasakan kepuasan setelah menggunakan produk atau jasa yang diberikan oleh inDrive. Pelanggan

merasa puas pada layanan yang diberikan oleh *driver* serta harga yang terjangkau yang mana hal tersebut berdampak positif bagi inDrive. Pelanggan akan menjadi loyal dan terus menggunakan produk dan jasa inDrive karena puas terhadap harga dan juga layanan yang diberikan. Hal tersebut mendorong pembelian berulang dan juga pelanggan merekomendasikannya kepada calon pelanggan lainnya.

Namun seiring berjalannya waktu membuat peningkatan jumlah pengguna aplikasi inDrive semakin meningkat. Dengan peningkatan tersebut tentunya aplikasi inDrive terus mencoba untuk melakukan berbagai pembaruan aplikasi untuk kenyamanan penumpang. Namun hal tersebut tidak membuat aplikasi inDrive luput dari ulasan buruk konsumen yang merasa tidak puas dengan layanan yang diberikan oleh inDrive. Berikut merupakan ulasan keluhan konsumen yang bermunculan karena tingkat kepuasannya tidak terpenuhi setelah menggunakan jasa transportasi dari inDrive :

No	Keluhan Konsumen
1	Pengemudi tiba-tiba membatalkan pesanan konsumen.
2	Pengemudi yang kurang ramah kepada konsumen.
3	Pengemudi lama tiba di lokasi penjemputan konsumen.
4	Pengemudi susah untuk dihubungi oleh konsumen.
5	Harga yang tidak sesuai untuk beberapa lokasi.

Sumber : Appstore ulasan aplikasi inDrive diakses pada Oktober 2024

Berdasarkan bukti empiris atau penelitian terdahulu terkait pengaruh harga terhadap loyalitas ditemukan dalam beberapa penelitian, diantaranya oleh Widagdo & Laily (2020) memperoleh hasil penelitian bahwa harga memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Selanjutnya penelitian oleh Anggraini & Budiarti (2020) memperoleh hasil serupa bahwa harga memiliki pengaruh yang positif signifikan mempengaruhi loyalitas pelanggan. Selain itu juga penelitian yang dilakukan oleh Zahara et al. (2021) dan Pratiwi & Astuti (2024) memperoleh hasil dimana harga memiliki pengaruh positif signifikan mempengaruhi loyalitas pelanggan. Namun terdapat temuan terdahulu juga yang menyatakan hasil penelitian yang kotradiksi (*research gap*) yang menjadi sebagai bukti empiris penelitian ini yaitu penelitian yang dilakukan oleh Tami & Basuki (2022) dan Hanifa et al. (2018) memperoleh hasil bahwa harga secara signifikan

tidak dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Bukti empiris lain terkait pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan oleh Hidayat & Peridawaty (2020) menemukan hasil bahwa kualitas pelayanan secara positif signifikan mampu mempengaruhi loyalitas pelanggan. Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Sawitri et al. (2018) menemukan hasil bahwa kualitas pelayanan secara positif signifikan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Namun temuan terdahulu juga menyatakan hasil yang kontradiksi (*research gap*) yang menjadi bukti empiris dari penelitian ini yang dilakukan oleh Widagdo & Laily (2020) menemukan hasil bahwa kualitas layanan secara signifikan tidak dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Seperti halnya penelitian yang dilakukan oleh Hanifa et al. (2018) menemukan hal serupa bahwa kualitas pelayanan tidak dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Adapun penelitian oleh Trilitami & Nurhasanah (2023) menyatakan hasil penelitian serupa bahwa kualitas pelayanan secara signifikan tidak dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Dari hasil uraian di atas, maka saya sebagai peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai arga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas yang mengutamakan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. Untuk penelitian ini berjudul “Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Yang Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen inDrive Kota Malang”

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana tanggapan pelanggan tentang harga, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa inDrive di Kota Malang?
2. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan InDrive di Kota Malang?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan InDrive di Kota Malang?

4. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan InDrive di Kota Malang ?
5. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan InDrive di Kota Malang?
6. Apakah terdapat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan InDrive di Kota Malang?
7. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap loyalitas yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan?
8. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mendeskripsikan tanggapan pelanggan tentang harga, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas setelah menggunakan jasa inDrive di Kota Malang
2. Untuk mengetahui dan menganalisis harga memengaruhi loyalitas pelanggan InDrive di Kota Malang
3. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan InDrive di Kota Malang
4. Untuk mengetahui dan menganalisis harga mempengaruhi kepuasan pelanggan InDrive di Kota Malang
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan InDrive di Kota Malang
6. Untuk mengetahui dan menganalisis kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan InDrive di Kota Malang
7. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap loyalitas yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan
8. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### **1. Manfaat Teoritis**

Manfaat teoritis dapat diambil adalah dapat menambah pengetahuan tentang pemasaran, khususnya tentang loyalitas pelanggan dalam industri transportasi online. Selain itu juga mampu memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana harga dan kualitas layanan memengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan InDrive di Kota Malang. Serta mampu mengidentifikasi peran mediasi loyalitas pelanggan dalam menghubungkan kepuasan pelanggan dengan faktor-faktor seperti harga dan kualitas layanan.

##### **2. Manfaat Praktis**

Manfaat praktis yang dapat diambil adalah memungkinkan InDrive di Kota Malang untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan melalui strategi harga dan kualitas layanan yang lebih baik. Selain itu juga meningkatkan pemahaman InDrive tentang kebutuhan dan ekspektasi pelanggan di Kota Malang. Serta mampu memberikan informasi kepada pemangku kepentingan lain di industri transportasi online tentang hal-hal yang penting untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.