**BAB I**

**PENDAHULUAN**

## A. Latar Belakang Masalah

Pada era digital, pengguna *gadget* di Indonesia sangat banyak di semua kalangan masyarakat. Adanya *gadget* dan internet membuat semua terasa lebih mudah dan *simple* dalam menggunakanya*.* di era ini muncul banyak toko *online* dan layanan ojek *online* yang dimana dapat di akses kapanpun dan dimanapun, sehingga tidak perlu untuk pergi dan keluar rumah berbelanja, membeli makanan, dan mengirim paket karena sudah ada layananan ojek *online*. perkembangan di era digital sangat menguntungkan untuk masyarakat berbelanja dengan mudah.

Kehadiran jasa transportasi saat ini dengan munculnya aplikasi Gojek yang memudahkan masyarakat untuk menggunakan jasa transportasi tanpa perlu lagi datang ke pangkalan ojek konvensional. Kemunculan Gojek di kalangan pembisnis jasa transportasi ditengah teknologi gadget dan internet yang berkembang sangat membantu, dahulu ojek konvensional dikelola oleh para pemiliknya dan pengguna harus datang ke pangkalan ketika akan menggunakan layanan ojek nya. Sekarang muncul Gojek yang dikelola oleh perusahaan dengan professional yang dimana kita menggunakan layanan Gojek tidak perlu lagi datang ke pangkalan ojek konvesional lagi kita sudah didatangi Driver Gojek di depan rumah untuk menggunakan layanan nya.

PT.Gojek Indonesia merupakan sebuah perusahaan teknologi asal

Indonesia. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2010 di Jakarta oleh Nadiem Makarim.Gojek sendiri sekarang sudah mempunyai banyak mitranya yang tersebar seluruh indonesia dengan jumlah mencapai 2.500.000 Driver dan armadanya Saat ini Gojek telah tersedia di 50 kota di Indonesia, hingga bulan Juni 2020 aplikasi Gojek sudah diunduh hampir sebanyak 20 juta kali di Play store dan App store Gojek juga melayani dengan pembayaran digital yang bernama Gopay. selain Indonesia layanan Gojek sudah masuk di Thailand, Vietnam, dan Singapura.

Gojek dikenal semua pelanggan sebagai ojek modern dan

profesional. Semua driver gojek telah difalitasi dengan handphone android yang bertujuan untuk memudahkan driver untuk bertemu pelanggan nya dengan fitur Gps yang ada di android. Keamanan Gojek sendiri bisa dilihat dari para pengemudinya yang sudah berpengalaman dan sudah mempunyai surat izin mengemudi. Driver Gojek sendiri di fasilitasi perusahaan dengan menggunakan jaket sesuai Standard Operating Procedure dan helm yang disediakan perusahaan untuk mempermudah pelanggan bertemu dengan

drivernya.

PT. Gojek Indonesia menguasai jasa layanan ojek *online* terbesar dan terlaris di Indonesia yang ditujukan dalam *Top Brand Award* merupakan alat ukur peminat loyalitas konsumen kepada Gojek. Penilaian *Top Brand Award* dorongan kepada konsumen untuk menggunakan layanan ojek *online* yang sama di masa akan datang yang dimana berkaitan dengan Loyalitas Pelanggan. [(www.Topbrand-award.com)](http://www.topbrand-award.com/)

Kepuasan pelanggan merupakan elemen yang teramat penting, jika kepuasan pelanggan tercapai maka munculkan loyalitas dari pelanggan tersebut. Jika pelanggan mendapatkan kepuasan dari suatu produk maka pelanggan tersebut akan terus menerus membeli dan menggunkannya. Sikap puas ataupun tidak puas dari seorang konsumen akan muncul setelah melakukan pembelian jasa di mana kualitas pelayanan yang ditawarkan perusahaan akan dibandingkan dengan harapannya (Amin, 2017). Memberikan kepuasan kepada konsumen dalam memenuhi kebutuhan, keinginan serta harapan mereka merupakan hal terpenting bagi perusahaan untuk menghadapi persaingan (Wardani, 2019).

Meningkatkan kualitas pelayanan menjadi keunggulan bagi perusahaanGojek dalam persaingan bisnis dengan perusahaan lainya. Kualitas pelayanan tidak dapat dilihat dari sudut pandang penyedia jasa melainkan dari pelanggan. Apabila kualitas pelayanan yang diberikan sangat baik dan memuaskan maka pelanggan akan merasa puas dan senang. Memberikan kualitas pelayanan yang baik merupakan hal yang jarang dilakukan oleh perusahaan. Perusahaan yang sangat beroreantasi pada kualitas pelayanan yang baik dapat menciptakan yang baik bagi perusahaan (Sunarsi, 2020). Kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan pelayanan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen (Panjaitan dan Yuliati, 2016). Konsumen akan menilai tingkat pelayanan yang diberikan dan akan membandingkan dengan apa yang menjadi harapannya.

Persepsi harga merupakan suatu nilai yang dinyatakan dengan uang yang nantinya konsumen tukarkan dengan sebuah produk atau jasa, sehingga konsumen akan mendapatkan manfaat dari barang atau jasa tersebut (Suastini & Mandala, 2018) Persepsi harga merupakan asumsi personal konsumen dalam rentang atau jumlah dalam mengeluarkan besarnya biaya untuk membeli atau menggunakan sebuah produkatau layanan jasa (Nastiti & Astuti, 2019)

Selain kualitas pelayanan dan persepsi harga untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, juga perlu membangun citra merek yang baik pada produknya. Merek juga memberikan asumsi kepada konsumen mengenai kegunaan dari produk tersebut. Sehingga pentingnya citra merek yang positif dalam suatu produk mampu memberikan kesan positif terhadap pembeli (Nastiti & Astuti, 2019). citra merek adalah sebuah identitas dan persepsi konsumen terhadap suatu merek. Konsumen senantiasa memilih produk berdasarkan citranya. Jika konsumen tidak memiliki pengalaman dengan suatu produk, maka konsumen akan lebih cenderung mempercayai merek yang mereka ketahui dan mereka suka (Suastini & Mandala, 2018).

Penelitian ini dilaksanakan dengan harapan terdapat beberapa hal yaitu menilai kepuasan pelanggan Gojek di solo dengan tujuan menilai loyalitas pelanggan karena kualitas pelayanan, persepsi harga dan citra merek yang membuat pelanggan gojek di Surakarta banyak diminati pelanggan di

 solo.

Berdasarkan fenomena diatas maka peneliti tertarik untuk

mengambil judul tentang “ Kualitas pelayanan, persepsi harga dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan gojek (Studi Pada Pengguna Gojek di

Surakarta)”

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas maka dalam

penelitian di rumuskan permasalahan yang hendak dibahas yaitu:

1. Apakah kualitas pelayanan, persepsi harga dan citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Gojek di Surakarta?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Gojek di Surakarta?
3. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

Gojek di Surakarta?

1. Apakah citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

Gojek di Surakarta?

## C. Batasan Masalah

Berdasarkan masalah yang diidentifikasi agar mendapat suatu batas dalam penelitian yang jelas serta mencegah meluasnya pembahasandan keterbatasan ilmu pengetahua, waktu dan tenaga, maka penulis membatasi ruang lingkup penelitian hanya pada pengaruh kualitas pelayanan, perspektif harga dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan Gojek.

1. Obyek penelitian yaitu pengguna Gojek
2. Untuk variable yang diteliti berfokus pada kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, persepsi harga dan citra merek.

## D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada dalam penelitian ini

maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menegetahui pengaruh secara simultan kualitas pelayanan, persepsi harga dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan Gojek.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Gojek.
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan Gojek.
4. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan Gojek.

## E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu :

1. Manfaat Teoritis

Dapat menambah pengetahuan bagi penulis mengenai Kualitas Pelayanan*,* Persepsi Harga dan Citra Merek. Penelitian ini diharapkan menambah wawasan dalam perkembangan ilmu pengetahuan dan teori memperkuat kepuasan pelanggan.

1. Manfaat Praktis
	1. Bagi penulis

Mendapatkan pengalaman pada bidang manajemen pemasaran dan lebih mengetahui tentang pengaruh Kualitas Pelayanan*,* Perspektif Harga dan Citra merek terhadap kepuasan pelanggan

Gojek.

* 1. Bagi Perusahaan

Dapat memberikan masukan dan pertimbangan bagi perusahaan gojek dalam menjalankan strategi dan loyalitas Pelanggan yang baik.

* 1. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini dapat dijadikan informasi yang lebih bermanfaat bagi pembaca yang akan melakukan penelitian bidang yang sama pada perusahaan PT.Gojek Indonesia.