

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan globalisasi dan teknologi dicerminkan oleh terus meningkatnya aktivitas dan mobilitas masyarakat yang juga beriringan dengan semakin bertambahnya pilihan sarana transportasi yang tersedia. Pilihan yang semakin beragam tersebut dapat digunakan sesuai dengan jenis kebutuhan masyarakat. Perusahaan di Indonesia tidak hanya diisi dengan usaha di bidang barang, tetapi juga di bidang jasa.

Jasa transportasi merupakan sarana pendukung di kalangan masyarakat sebagai faktor penunjang dalam kegiatan sehari-hari. Dengan adanya layanan jasa di bidang transportasi yang berupa transportasi angkutan penumpang, transportasi layanan pengiriman, angkut barang, dan lain sebagainya. Semakin banyaknya layanan transportasi yang tersedia akan semakin dapat membantu masyarakat dalam menyokong perekonomian yang baik.

Apalagi layanan transportasi tersebut ditunjang dengan memberikan pelayanan yang baik terhadap masyarakat pengguna. Namun masih sering ditemukan berbagai fasilitas dan layanan yang masih kurang efektif dan efisien, sehingga sering kali muncul keluhan masyarakat. Mengingat begitu pentingnya peranan dan fungsi transportasi tersebut, maka pihak-pihak pemberi layanan jasa transportasi perlu meningkatkan kinerja mereka.

Kinerja dapat ditingkatkan dari sektor pelayanan, fasilitas dan lain sebagainya agar dapat menjadi transportasi yang efektif dan efisien. Pelayanan

yang menciptakan rasa aman dan terpercaya sehingga akan berdampak pada kepuasan yang masyarakat rasakan. Di abad 21 ini kecanggihan teknologi tidak cuma pada sektor komunikasi, akan tetapi di manfaatkan juga pada bidang transportasi.

Pesatnya perkembangan teknologi terus memacu kreatif dan inovatif masyarakat sebagai penyedia jasa transportasi. Transportasi yang dibutuhkan masyarakat pada era teknologi ini yaitu jenis transportasi yang mempunyai keunggulan seperti: cepat, nyaman, aman, dan mudah ditemukan disaat membutuhkan. Pada daerah perkotaan seperti kota Batam, yang jumlah penduduknya tergolong padat, kejadian macet sering terjadi disaat jam berangkat dan pulang dari aktivitas rutin, dan juga faktor kemacetan disebabkan budaya sebagian besar masyarakat condong menyukai memakai kendaraan pribadi dari pada memakai transportasi umum, sehingga hal tersebut juga menjadi faktor penyebab terjadinya macet.

Dengan terjadinya masalah-masalah tersebut, bagi pelaku bisnis menjadi peluang untuk melahirkan sebuah bisnis di bidang pengadaan sarana transportasi umum. Hal ini di karenakan oleh semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat akan peningkatan pelayanan yang cenderung kian menurun yang diberikan oleh layanan transportasi angkutan penumpang umum. Maka dari itu perlu ada sebuah solusi bagaimana cara meningkatkan pelayanan sehingga menciptakan kepuasan pada masyarakat selaku pelanggan pengguna jasa.

Banyaknya ketersediaan transportasi umum ternyata belum mampu membuat masyarakat merasa puas karena sering mendapatkan pelayanan yang

tidak menyenangkan. Hal tersebut menjadi pemicu bagi pelaku usaha untuk meningkatkan pelayanan. Peran teknologi sangat dibutuhkan sebagai akses penghubung antara pelanggan dengan produsen. Akses tersebut adalah memanfaatkan *smartphone* yang dimiliki hampir oleh setiap masyarakat.

Transportasi yang dipesan dengan melakukan pemesanan terlebih dahulu pada aplikasi yang telah tersedia, yang disebut dengan transportasi *online*. Transportasi berbasis *online* adalah sebuah alternatif yang diciptakan oleh para pengusaha dari sektor jasa transportasi yang diharapkan mampu memenuhi keinginan masyarakat selaku pelanggan pengguna jasa layanan transportasi. Dan pada saat sekarang ini telah banyak tersedia transportasi berbasis *online*, diantaranya adalah Gojek, Grab, Uber, Wajojek, dan lain-lain.

Dengan banyaknya jenis layanan transportasi *online* yang tersedia, menjadi pemicu pada meningkatnya persaingan. Perusahaan di bidang jasa tersebut hendaknya memperhatikan segala hal yang dapat memenuhi kebutuhan para pelanggan bahkan mampu memberikan apa harapan bagi para pelanggan hingga menjadi kepuasan bagi pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat diwujudkan dengan memberikan layanan yang memuaskan melebihi layanan yang diberikan oleh perusahaan pesaing lainnya, disebabkan yang mampu memasuki pasar persaingan cuma perusahaan yang mempunyai kualitas dan jiwa saing dalam menguasai pasar.

Kebutuhan pelanggan yang terus beragam menjadi pemicu bagi perusahaan-perusahaan penyedia jasa agar selalu berkreasi dan berinovasi dalam menawarkan jasa yang berkualitas sehingga akan menimbulkan kepuasan dan

kenyamanan yang dirasakan oleh para pelanggan pengguna jasa. Kebutuhan pelanggan yang beraneka ragam, merupakan faktor penting yang perlu diamati secara mendalam oleh para pelaku penyedia jasa agar lebih *intens* untuk menyikapi kebutuhan masing-masing pelanggan, kepuasan pelanggan juga akan terpenuhi apabila para pelaku jasa menyediakan armada-armada yang dapat menunjang kelancaran pengoperasian jasa tersebut.

Selain itu, untuk menarik minat pelanggan di perlukan ada nya pengadaan fasilitas yang dapat melayani berbagai jenis kebutuhan pelanggan. Fasilitas yang di sediakan tersebut tentu sangat membantu masyarakat tertentu, yang secara tidak langsung dapat memberikan kepuasan yang di rasakan oleh para pelanggan. Kepuasan di artikan sebagai sudut pandang atas segala hal yang pernah dirasakan oleh pelanggan pasca menggunakan suatu produk, baik barang maupun jasa, dinilai dari kualitas pelayanan, ketepatan waktu dan kecepatan tanggapan.

Maka kepuasan pelanggan menjadi hasil persepsi atau penilaian pelanggan bahwasanya pelayanan yang diberikan telah memberikan tingkat kenikmatan yang mana hal tersebut sebagai hal yang memang diharapkan pelanggan (M & Hutabarat, 2016: 54). Mengingat begitu pentingnya peran transportasi *online* pada saat sekarang, maka pihak penyedia jasa transportasi *online* perlu meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memberikan kepercayaan. Kepercayaan dapat timbul dengan terpenuhinya keinginan nasabah yang telah terbentuk dari beragam kultur dan kepribadian individu seperti keinginan dalam memperoleh keamanan dari setiap kegiatan yang menggunakan fasilitas jasa layanan transportasi *online*.

PT Gojek yaitu sebuah perusahaan jasa yang lagi berkembang di kota Batam. Perusahaan Gojek berdiri pada tahun 2011, oleh Nadiem Makarim dan Michaelangelo Moran. Perusahaan Gojek bergerak dalam bidang layanan jasa transportasi yang mampu menjadi penghubung antara pengendara dengan pelanggan. Asal mula ide berdirinya perusahaan Gojek adalah masalah yang kerap terjadi akibat tidak sinkron antara kebutuhan pelanggan dengan tersedianya transportasi ojek.

Seperti seorang yang memiliki kesibukan yang mengharuskan untuk senantiasa menggunakan jasa transportasi, karena ojek dipandang lebih efektif. Kemudian kondisi kota Jakarta yang selalu macet, sehingga ojek dipandang lebih tepat digunakan agar dapat menembus kemacetan tersebut. Menggunakan jasa Ojek menghindari terjadinya waktu yang habis diperjalanan terbuang sia-sia.

Namun keberadaan ojek tidak selalu ada disaat-saat yang diperlukan. Seringkali ditemukan banyaknya kumpulan ojek-okej pangkalan yang menunggu penumpang, sedangkan di tempat lain banyak penumpang yang menunggu datangnya ojek. Ketidak selarasan tersebut memacu ide pendiri dalam memecahkan masalah tersebut, sehingga lahirlah transportasi Gojek. Gojek yang diawal tahun pertama hanya memiliki layanan pemanggilan armada yang pada waktu itu dengan layanan *call center*.

Namun seiring dengan berjalannya waktu pada tahun 2015 perusahaan Gojek mengeluarkan aplikasi *mobile*. *Mobile* merupakan aplikasi *location-based search* bisa digunakan pada telepon genggam yang sudah berbasis android dan IOS (*apple*). Melalui aplikasi ini, pengendara Gojek bisa mengakses dimana

lokasi penumpang yang telah mengorder dengan terlebih dahulu menanggapi order.

PT Gojek terus melakukan inovasi dalam meningkatkan layanan dengan terus menambah produk mereka dengan meluncurkan produk-produk baru berupa:

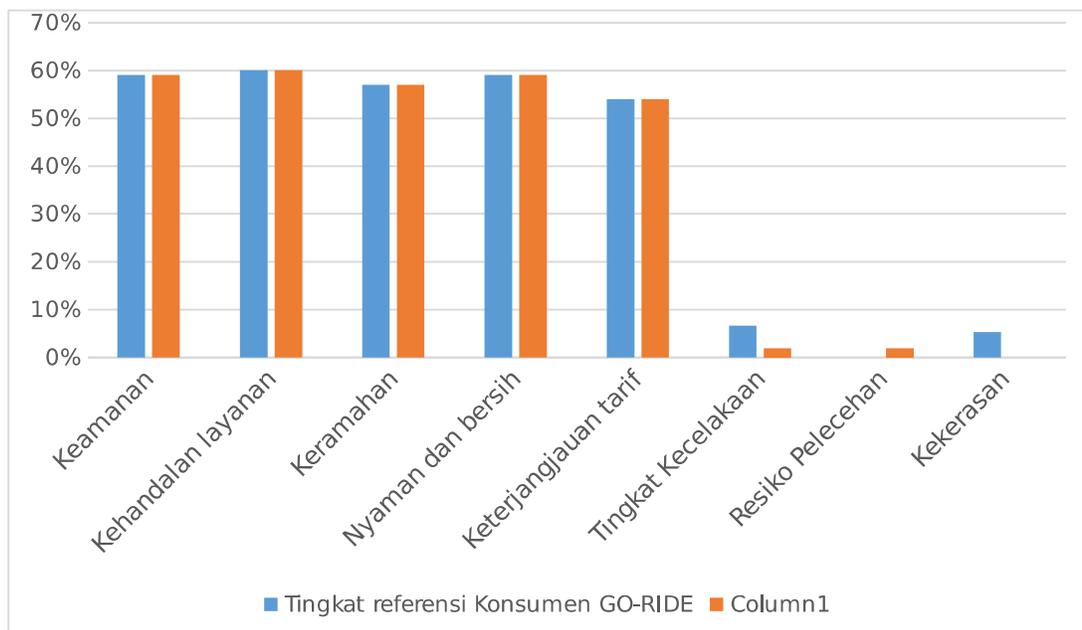
Tabel 1. 1 Jenis produk PT. Gojek

No	Nama Produk	Fungsi
1	Go-Ride	Transportasi melayani penumpang dengan memakai sepeda motor.
2	Go-Car	Transportasi melayani pelanggan dengan memakai armada roda empat atau mobil yang mampu membawa maksimal empat orang penumpang pada setiap transaksi pengorderan.
3	Go-Pay/ Go-Wallet	Sebagai idompet virtual untuk menyimpan Gojek Kredit untuk melakukan pembayaran atas transaksi-transaksi yang berkaitan dengan layanan pada produk-produk PT Gojek
4	Go-Send	Melayani pelanggan untuk transportasi/ pengiriman barang.
5	Go-Food	Melayani pelanggan untuk memesan makanan.
6	Go-Mart	Sebagai layanan untuk berbelanja
7	Go-Box	Melayani pelanggan untuk mengantarkan barang yang ukurannya besar.
8	Go-Clean	Melayani pelanggan untuk membersihkan rumah.
9	Go-Glam	Melayani pelanggan untuk kecantikan.
10	Go-Massage	Melayani pelanggan untuk pemijatan.
11	Go-Busway	Melayani pelanggan untuk mengantarkan penumpang ke halte Trans Batam.
12	Go-Tix	Melayani pelanggan untuk memesan tiket, seperti tiket kapal laut, tiket pesawat terbang, tiket acara konser, tiket nonton bioskop, dan lain sebagainya.
13	Go-Auto	Melayani pelanggan untuk panggilan jasa montir.

14	Go-Med	Melayani pelanggan untuk membeli obat.
15	Go-Pulsa	Melayani pelanggan untuk pengisian ulang pulsa elektronik.
16	Go-Bluebird	Transportasi melayani pelanggan memakai Taxi Bluebird.

Sumber : id.wikipedia.org/wiki/Gojek

Banyaknya produk yang sudah di keluarkan Gojek tidak lepas dari ketatnya persaingan dengan adanya perusahaan layanan jasa pesaing lainnya. Tingginya tingkat peminatan pelanggan akan layanan transportasi *online* atau Gojek dapat dilihat dari terus meningkatnya tingkat peminatan pelanggan. Dilihat dari terus meningkatnya nilai pelayanan PT Gojek berdasarkan pada konteks pelayanan yang pelanggan rasakan. Sesuai dengan grafik di bawah ini:



sumber : Indotelko.com 31/7/19 (hasil riset yang di lakukan KKI)

Gambar 1. 1 Alasan Pelanggan Menggunakan Gojek

Dari grafik di atas dapat disimpulkan bahwa keberadaan PT Gojek telah mampu mencuri peminatan pelanggan dengan melihat penilaian yang pelanggan berikan atas pelayanan yang dirasakan, yang akan otomatis berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Meningkatnya minat pelanggan menggunakan jasa PT Gojek sebagai sarana transportasi berbasis *online* dapat dilihat dari kemampuan PT Gojek mencuri perhatian para perusahaan besar untuk menginvestasikan dana mereka, yang semakin bertambah pada tiap tahunnya, sesuai dengan tabel berikut:

Table 1.2 Investasi Terhadap PT Gojek

Seri	Tahun	Nama Perusahaan	Nilai Investasi (dalam dolar US\$)
A	2014	Openspace Ventures & Capikris Foundation	Tidak di ungkap
B	Juni 2015	DST Global	Tidak di ungkap
B	Okt 2015	Sequoia Capital India	Tidak di ungkap
B	2015	Openscape	Tidak di ungkap
C	2016	Rakuten	Tidak di ungkap
C	2016	Openspace Ventures	Tidak di ungkap
D	2016	KKR & CO, Warburg Pincus	550 Juta
D	2017	K3 Venture	Tidak di ungkap
E	2018	Tencent Holdings	1,5 Miliar
F	2018	Google, JD. Com, dan Tencent Holdings	920 Juta
F	2019	PT Astra Internasional Tbk-TSO Salemba	Tidak di ungkap

Sumber : Kumparan.com, 5 April 2019

Berdasarkan data pada table 1.2, dapat dilihat bahwa kemampuan perusahaan Gojek telah mampu menyaingi perusahaan transportasi konvensional, sehingga membuat para investor mau melakukan investasi dalam jumlah yang besar. Sehingga PT Gojek yang berawal dari hanya memiliki armada 20 unit sepeda motor hingga sekarang menjadi perusahaan pertama yang disebut *Unicorn* di Indonesia, yakni *startup* yang memiliki valuasi lebih nilai US\$1 miliar, bahkan pada bulan april 2019 telah berubah menjadi *Dedacorn* yang telah memiliki valuasi lebih dari US\$10 miliar.

Hal tersebut menjadi pertimbangan bagi para pelanggan dalam selektif menentukan pilihan. Para pelanggan akan memilih dari beragam alternatif yang tersedia. Faktor tersebut dijadikan pemicu dalam menarik perhatian para pelanggan, salah satunya mengutamakan kualitas pelayanan terhadap pelanggan. Kualitas pelayanan akan berdampak pada kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan bisa terpenuhi karena kemampuan pada saat berintegrasi antara pihak Gojek dengan pelanggan. Berdasarkan pada konsep kepuasan pelanggan, menyatakan bahwa kepuasan akan dapat dicapai apabila hasil pelayanan/ kinerja yang dirasakan oleh pelanggan sesuai dengan apa yang mereka harapkan. Maka, puas atau tidaknya pelanggan tercipta berdasarkan baik atau buruknya pelayanan yang di berikan.

Kualitas pelayanan sekaligus menjadi kunci utama dalam meraih kesuksesan. Harapan pelanggan tentunya berawal dari kualitas pelayanan yang baik, yang di berikan secara konsisten. Pelayanan yang berkualitas terjadi apabila

mampu memberi pelayanan sesuai atau melebihi harapan pelanggan. Oleh karena hal tersebutlah dapat tercipta pelayanan yang memuaskan.

Pelayanan yang memuaskan dapat tercermin dari etika dalam bersikap sopan dan ramah, tepat waktu, dan menjaga kecepatan. Kecepatan memiliki nilai tersendiri bagi para pelanggan. Kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan secara tidak langsung akan menjadi pendorong terjadinya rekomendasi dari pelanggan kepada masyarakat lainnya melalui mulut ke mulut, sehingga dapat menarik minat masyarakat lainnya.

Untuk itu, perusahaan Gojek harus dapat menjadikan kualitas pelayanan sebagai poin penting yang harus diterapkan untuk mendapatkan kepuasan pelanggan. Meskipun Gojek merupakan aplikasi layanan transportasi *online*, tetapi masih ada beberapa hal yang menjadi permasalahan dalam layanan. Layanan aplikasi berbasis *online* ini hanya dapat diakses hanya dengan menggunakan *smartphone* android, sehingga menimbulkan terjadinya keterbatasan bagi masyarakat yang tidak menggunakan *smartphone* android. Kesulitan pelanggan ketika melakukan pengorderan pada saat-saat tertentu juga sering terjadi seperti disaat kondisi sedang hujan, kondisi tengah malam dan alamat tujuan yang jaraknya cukup jauh.

Buruknya pelayanan pengendara Gojek juga terjadi pada kejadian pengendara Gojek meninggalkan penumpang di jalan, disebabkan alasan jalan jelek. Dan juga pengendara gojek mencaci maki hingga bernada pelecchan seksual kepada pelanggan karena orderan dibatalkan atau *cancel*. Tidak jarang juga terjadi pengendara Gojek yang menggantung orderan pelanggan, sehingga

pelanggan harus menunggu lama dan berujung pada permintaan penolakan orderan atau *cancel* dari pengendara Gojek.

Dengan terjadinya hal-hal tersebut, akan berdampak pada kekecewaan pelanggan. Kepuasan pelanggan juga dapat ditimbulkan dari tersedianya fasilitas sebagai fasilitas yang disediakan gojek seperti sistem pembayaran. Namun, fasilitas yang sering diharapkan ada oleh para pelanggan adalah fasilitas baju hujan atau mantel disaat musim hujan. Sering terjadi pembatalan orderan yang dilakukan oleh pengendara Gojek karena hujan. Gojek juga harus berhenti untuk berteduh disaat di perjalanan turun hujan, dan minimnya ketersediaan Gojek ketika pengorderan disaat hujan.

Ketidak tersedianya fasilitas mantel menjadi faktor ketidak tercapaian kepuasan pelanggan. Ketiadaan Fasilitas masker sebagai penutup wajah terkadang menjadi faktor yang mengurangi kepuasan pelanggan, apalagi di saat musim kemarau dan asap. Fasilitas seperti helm yang diberikan oleh pengendara Gojek juga terkadang di pandang tidak layak, bentuk fisik helm yang terkadang sudah tidak layak pakai, ditambah lagi tidak memiliki kaca pelindung, dan tali pengikat/pengunci.

Faktor lain menjadi penentu tercapainya kepuasan pelanggan adalah kepercayaan. Kepercayaan mempunyai efek yang kuat pada kepuasan pelanggan. Kepercayaan dapat diperoleh pelanggan melalui berita ataupun media sosial tentang instansi tersebut. Apabila dibandingkan dengan ojek pangkalan, kepercayaan pelanggan akan cenderung lebih besar terhadap PT Gojek.

Karena PT Gojek adalah sebuah instansi yang didirikan oleh sebuah perusahaan dengan segala macam legalitas dan perijinan resmi. Perijinan tersebut akan berdampak pada penyeleksian anggota yang akan menjadi *driver* nya. Kelengkapan dokumen sangat diperlukan dalam persyaratan menjadi anggota atau *driver*. Sampai standar kendaraan yang digunakan juga harus memenuhi persyaratan yang telah ditetapkan. Berbeda dengan ojek pangkalan yang bukanlah dibentuk oleh sebuah instansi. Hal penting terkait dengan kepercayaan yang berhubungan dengan kekecewaan pelanggan adalah tentang keamanan data pelanggan yang ternyata tidak dijamin oleh pihak perusahaan Gojek. Sesuai dengan isi kebijakan privasi Go-Jek No 6 yang menyebutkan bahwa: Kami tidak menjamin keamanan database kami dan kami juga tidak menjamin bahwa data anda berikan tidak akan ditahan/ terganggu ketika sedang dikirim kepada kami. Setiap pengiriman informasi oleh anda kepada kami merupakan resiko anda sendiri. Anda tidak boleh mengungkapkan sandi anda kepada siapapun. Bagaimanapun efektifnya suatu teknologi, tidak ada sistem keamanan yang tidak bisa ditembus.

sumber: tirto.id 5/8/16

Dari isi kebijakan di atas, apabila pelanggan mengalami hal yang tidak baik seputar database, maka pelanggan hanya bisa pasrah karena pada kebijakan sudah dijelaskan bahwa hak pelanggan dalam mendapatkan keamanan tidak dijamin. Isi ketentuan no 6 tersebut jelas bertentangan dengan Undang-Undang Nomor 8 tentang perlindungan pelanggan yang dinyatakan bahwasanya pelanggan memiliki sejumlah hak yang di atur dalam pasal 4, yang berbunyi: Diantaranya

hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang/jasa dan hak atas informasi yang benar, jelas, jujur mengenai kondisi dan jaminan barang/jasa”.

sumber: tirta.id 5/8/16

Mengacu pada Undang-Undang tersebut, maka ada dua hak yang tidak didapatkan oleh konsumen Gojek, yaitu tentang keamanan data dan atas informasi yang benar. Hal tersebut menjadi pemicu pada titik was-was pelanggan disaat mengkonsumsi jasa Gojek. Berbagai alasan mulai dari keamanan hingga tindakan asusila yang juga berdampak pada tindakan yang mengancam nyawa. Padahal ojek *On-line* sudah dilengkapi sistem data di mana para *driver* dapat dilacak disaat melakukan pelanggaran. Apalagi PT Gojek yang dikenal selalu memprioritaskan pelanggannya, pelanggan dapat memberikan nilai secara langsung terhadap layanan yang diberikan pengendara Gojek.

Penilaian/ Rating yang buruk yang diberikan pelanggan terhadap pengendara Gojek akan dapat membuat pengendara Gojek dikenai sangsi, sangsi tersebut mulai dari sangsi ringan berupa vakum atau dikurangi orderan yang masuk sampai pada sangsi berat yang berujung pada pemutusan mitra atau pemecatan. Disamping pemberian rating, ketersediaan kolom komentar juga diberikan kepada pelanggan untuk bebas mengomentari kinerja atau hasil kerja pengendara Gojek selama pengorderan berlangsung.

Sama halnya dengan pemberian rating, komentar yang buruk juga akan berdampak pada pengendara sehingga dapat juga berujung pada pemutusan mitra atau pemecatan. Sering kali juga terjadi kejadian ada perbedaan antara data

pengendara Gojek pada aplikasi pada saat diorder dengan pengendara yang datang menjemput, terkadang perbedaan juga terjadi pada kendaraan yang tidak sesuai dengan kendaraan yang ada pada aplikasi.

Faktor-faktor dalam mencapai kepuasan pelanggan harus selalu menjadi poin penting bagi perusahaan Gojek. Beberapa pelanggan akan melakukan pengkajian ulang tentang kualitas layanan, fasilitas dan kepercayaan yang didapatkan dari hasil kinerja pengendara Gojek sebagai pengambilan keputusan untuk menggunakan jasa Gojek kembali, karena tidak ada jaminan bahwasanya setiap pelanggan akan senantiasa loyal menggunakan jasa Gojek.

Karena pada saat-saat tertentu pasti mereka juga menggunakan layanan ojek *Online* sejenis lainnya, yang nantinya akan menjadi faktor pembanding bagi pelanggan dalam menggunakan jasa berikutnya. Kepuasan yang dirasakan pelanggan akan menjadi penentu pilihan selanjutnya. Berdasarkan penjabaran di atas penulis tertarik untuk membuat penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Gojek Di Kota Batam “**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjabaran di atas, pada penelitian ini penulis mengidentifikasi permasalahan-permasalahannya sebagai berikut:

1. Ketersediaan beragam jenis transportasi *online* berpengaruh pada persaingan.

2. Pengorderan Gojek yang cuma bisa dilakukan menggunakan *smartphone* android saja, satu kendala bagi masyarakat yang tidak menggunakan *smartphone* android.
3. Terjadinya beberapa kasus tentang buruknya pelayan pengendara Gojek seperti pada kasus pengendara Gojek mencaci maki hingga bernada pelecehan seksual terhadap pelanggan dikarenakan orderan *dicancel*.
4. Tidak ada jaminan atas keamanan data konsumen dari perusahaan Gojek.
5. Beberapa persepsi pelanggan tentang pelayanan pengendara Gojek yang kurang baik ketika berada pada kondisi jalan yang yang tidak bagus, dengan menurunkan pelanggan di jalan.
6. Sering terjadi pengendara Gojek yang suka menggantung orderan pelanggan dengan alasan jarak yang jauh, hingga minta pelanggan membatalkan orderan.
7. Susahnya pengorderan Gojek pada saat hujan dan pada saat tengah malam.
8. Tidak tersedianya fasilitas mantel di saat hujan.
9. Tidak disediakanya fasilitas masker penutup wajah di saat kemarau ataupun banyak asap.
10. Beberapa pengendara Gojek memberikan helm yang tidak standar kepada pelanggan.
11. Kendaraan yang digunakan di saat mengambil orderan tidak sesuai dengan kendaraan yang terdaftar pada aplikasi.
12. Pengendara yang melakukan orderan yang tidak sesuai dengan pengendara yang terdaftar pada aplikasi (orang yang berbeda).

1.3 Batasan Masalah

Disebabkan besarnya permasalahan yang ada, beserta terbatasnya waktu juga kemampuan untuk penelitian dan supaya pembahasan tidak terlalu meluas, untuk itu penulis membuat batasan masalah pada kualitas pelayanan, fasilitas, kepercayaan dan kepuasan pelanggan pengguna jasa Gojek di kota Batam, pada penelitian ini difokuskan pada mahasiswa/i Universitas Riau Kepulauan (UNRIKA).

1.4 Rumusan Masalah

Sehubungan dengan penjabaran latar belakang masalah, dapat dibuat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa Gojek di kota Batam?
2. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa Gojek di kota Batam?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa Gojek di kota Batam?
4. Apakah kualitas pelayanan, fasilitas, dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa Gojek di kota Batam?

1.5 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini yaitu supaya mengetahui:

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa Gojek di kota Batam.

2. Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa Gojek di kota Batam.
3. Pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa Gojek di kota Batam.
4. Pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, dan kepercayaan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa Gojek di kota Batam.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Harapan penulis supaya penelitian ini bisa memberikan manfaat, ilmu pengetahuan serta wawasan terkhusus di sektor jasa.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Bagi peneliti
Sebagai penambah pengetahuan pada penelitian apakah memang berpengaruh apabila pelanggan diberi pelayanan yang berkualitas, fasilitas dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan dan juga supaya dapat meningkatkan wawasan dan ilmu pengetahuan tentang sektor usaha di bidang jasa berdasarkan pada teori yang telah dipelajari.
2. Bagi institusi
Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi yang bermanfaat bagi Universitas Putera Batam.
3. Bagi perusahaan

Supaya bisa memberikan gambaran, solusi dan bahan pertimbangan buat perusahaan di saat akan mengambil keputusan dalam hal meningkatkan kepuasan pelanggan.

4. Bagi peneliti lanjut

Supaya bisa memperluas variabel yang sudah ada sebagai penambah wawasan yang lebih luas bagi pembaca lainnya. Termasuk bagi peneliti sebagai bahan untuk dipelajari.