

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi internet sudah semakin maju memunculkan perubahan baru dalam dunia bisnis. Banyaknya masyarakat menggunakan internet dalam melakukan aktivitas membuat para pelaku usaha mengembangkan bisnisnya mengikuti pada pola perubahan yang ada, salah satunya di bidang jasa. Kehadiran transportasi online di tengah-tengah masyarakat menimbulkan pro kontra bagi pelaku transportasi konvensional sehingga menimbulkan dampak sosial. Apalagi dalam lingkungan yang semakin kompetitif, peran pengalaman dalam meningkatkan kemajuan usaha sangat diperlukan. Pernyataan ini didukung (Asri et al, 2022) menyatakan bahwa media sosial harus dapat memberi pengalaman terkait pembelian produk/jasa yang baik pada pelanggan mereka agar loyal.

Pengalaman merupakan memberikan kenangan dan kesan kepada kepada pelanggan, selain fakta bahwa pengalaman positif dapat membawa keuntungan bagi perusahaan serta membuat pelanggan membagikan pengalamannya dengan pihak lain, pelanggan juga merasa terdorong menggunakan produk/jasa (Wardhana, 2019). Tingkat persaingan membuat perusahaan harus mengambil langkah dalam menjaga pelanggan supaya loyal membutuhkan cara yang tak difokuskan terkait kualitasnya saja, melainkan pada pengalaman meningkatkan kepuasan konsumen juga. Pernyataan ini di dukung oleh (Setiawati dan Susanti, 2022) menyatakan pelanggan yang berpengalaman dan yang mempunyai

kepercayaan pada merek serta mendapatkan kepuasan dengan penggunaan produk/jasa berulang kali. Produk atau layanan dengan pengalaman yang baik melahirkan baiknya citra merek bagi konsumen serta menumbuhkan rasa puas tersendiri bagi pelanggan, sehingga muncul minat konsumen untuk membagikan pengalamannya kepada orang lain.

Kepuasan merupakan tanggapan dari pelanggan atas pengevaluasian dari perbedaan ekspektasi setelah penggunaan produk/jasa. Jika pembeli mengharapkan tingginya kepuasan dari kualitas pelayanan yang diberikan, tentunya pelanggan akan mendapatkan kepuasan (Armmayanti, 2019). Kepuasan pelanggan dapat menjadi dasar untuk menciptakan konsumen yang loyal memiliki konsumen yang loyal dapat membantu pengusaha dalam memajukan bisnisnya. Pernyataan ini didukung oleh (Victorya Rut Mekel et al, 2022) menyatakan kepuasan pelanggan ialah penilaian emosional terhadap rasa senang/kecewa seorang pelanggan yang muncul karena ekspektasi mereka terhadap produk atau jasa.

Kepercayaan pada umumnya dilihat sebagai bagian mendasar dari kesuksesan hubungan. Tanpa kepercayaan, hubungan tidak bisa bertahan lama lama, begitu juga dalam menjalankan bisnis jika tak adanya kepercayaan diantara produsen dan konsumen, tentu hubungan tersebut tak akan bertahan lama. Kepercayaan didefinisikan sebagai rasa percaya atas suatu merek menjadi keinginan para konsumen didalam memberikan rasa kepercayaan pada merek yang di hadapkan pada risiko, sebab harapan dimiliki bahwa merek yang dihadapkan memiliki hasil yang di harapkan. Membangun dan mempertahankan

kepercayaan tidak kalah pentingnya dari membangun pengalaman dan kepuasan pelanggan, dengan menumbuhkan kepercayaan kepada konsumen dapat membantu meningkatkan usaha karena pelanggan yang sudah percaya kepada mitra cenderung membeli atau menggunakan jasa secara berulang. Pernyataan ini didukung oleh (Kala dan Chaubey, 2019) menyatakan bahwa disaat konsumen mulai percaya pada suatu merek, tentunya konsumen bisa terus untuk menggunakan merek tersebut.

Loyalitas pelanggan dinyatakan dalam perilaku pelanggan yang secara berulang melakukan pembelian pada produk/jasa pada perusahaan yang sama. Loyalnya seorang pelanggan menjadi aset berharga yang wajib dipertahankan oleh perusahaan. Loyalitas pelanggan merupakan suatu bentuk perolehan yang dihasilkan dari kepuasan terhadap suatu produk/jasa, serta loyalitas tersebut mempunyai implikasi penting untuk perusahaan, seperti konsumen yang loyal yang membeli kembali produk perusahaan (Wardhana, 2019). Pernyataan ini didukung oleh (Kelvin dan Adiwijaya, 2020) menyatakan bahwa Loyalitas pelanggan diperoleh dari pengalaman seorang pelanggan.

PT. Gojek Indonesia adalah perusahaan pengembangan dan penawaran layanan transportasi online yang awalnya beroperasi di Jakarta sejak 2011. Gojek menjadi salah satu jasa angkutan berbasis online yang sudah lama beroperasi di Indonesia, bahkan sekarang Gojek sudah tersebar di sejumlah area di Indonesia misalnya di Kota Batam. Kantor cabang Gojek Batam beralamat di Jl. Raja Isa, Central Point Blok L No. 12A. Adanya kantor cabang Gojek di Kota Bata mini dapat membantu para pengguna Gojek untuk melaporkan permasalahan yang

terjadi mengenai Gojek tanpa perlu lagi pergi ke kantor pusat jika ingin menyampaikan permasalahan.

Permasalahan pada pengalaman menurut hasil pengamatan penulis terdapat beberapa permasalahan yang terjadi pada pengalaman dimana rendahnya keterlibatan pelanggan atau konsumen dalam interaksi dukungan go-jek yang tidak dimiliki pelanggan dengan perusahaan untuk membantu meningkatkan layanan pelanggan, jam kerja pengemudi yang terlalu lama dan upah yang diperoleh rendah, mengakibatkan pengemudi memberikan pengalaman pelayanan yang kurang baik. bagi konsumen yang menggunakannya, kurang sopan santun pengelola gojek membuat konsumen lagi ingin mengulang menggunakan jasa tersebut, driver Gojek yang kurang pengetahuan dan pemahaman dalam membaca maps terkadang membuat kesal para konsumen karena driver tidak mengetahui lokasi penjemputan, sehingga lokasi tersebut dibatalkan sebagaimana mestinya, padahal calon penumpang telah mengirimkan pesan terlebih dahulu untuk memudahkan driver. dalam menjemput pelanggan, driver Gojek yang tidak menggunakan atribut sehingga sulit untuk dikenali.

Kepuasan pelanggan terhadap apa yang dihadapkan tergantung dari apa yang pelanggan itu rasakan setelah menggunakan produk atau jasa tersebut, bahwasannya kepuasan pelanggan terletak pada pengalaman, kualitas, dan kinerja yang baik. Menurut hasil pengamatan penulis terdapat beberapa permasalahan yang terjadi pada kepuasan dimana mahal nya biaya atau tarif penggunaan jasa membuat konsumen ragu untuk menggunakan jasa tersebut apalagi jika pelanggan tidak merasa nyaman dalam menggunakan jasa tersebut,

penggunaan aplikasi yang terkadang sulit untuk di akses oleh konsumen membuat kesal, penjemputan yang terkadang lama, Pelanggan memesan makanan dan minuman dari Gofood, akan tetapi driver tidak merespon pesanan.

Implementasi dalam penerapan SOP pelayanan terhadap pelanggan kurang sehingga menimbulkan rasa tidak puas oleh konsumen membuat harapan atau ekspektasi yang dihasilkan tidak baik, waktu pengiriman pemesanan gofood yang tidak pasti dan tingkat pembatalan yang tinggi. Pelanggan mengisi atau mengisi saldo ternyata sering terjadi masalah, tidak hanya penipuan saat berdonasi atas nama Gojek, saldo bonus bertambah ketika masalah tersebut merugikan perusahaan, selain itu menyebabkan ketidakpuasan pelanggan tanpa Gojek. uang tunai operasi Namun, banyak pelanggan yang masih belum puas dengan Gojek, terlihat dari banyaknya keluhan kepuasan pelanggan tentang Gojek.

Permasalahan kepercayaan pelanggan menurut hasil pengamatan penulis yaitu ketidaksesuaian antara foto profil driver Gojek di aplikasi dengan driver dilapangan, nomor tanda kendaraan tidak sesuai antara di aplikasi dengan dilapangan kedua permasalahan ini membuat pelanggan merasa di tipu dan menjadi takut untuk menggunakan jasa tersebut. Pelanggan mengantarkan barang melalui Gosend, akan tetapi barang tersebut tak sampai ataupun driver tak menjemput. Driver Gojek menarik ratusan ribu saldo Gopay dari pelanggan tanpa pelanggan melakukan transaksi apapun.

Permasalahan loyalitas pelanggan menurut hasil pengamatan penulis jika pengalaman yang didapatkan oleh pelanggan tidak baik mempengaruhi loyalitas pelanggan, kepuasan yang dirasakan konsumen masih kurang dengan harapan

yang ada pada pelanggan guna memperoleh loyalitas, kepercayaan pelanggan terhadap Gojek masih kurang sehingga pelanggan ragu untuk menggunakan jasa tersebut secara berulang, sehingga permasalahan tersebut memungkinkan untuk para konsumen beralih kepada jasa transportasi online lainnya dan membuat perusahaan tidak mendapatkan keuntungan lebih.

Berdasarkan fenomena dan banyaknya permasalahan yang didasarkan pada uraian pemeriksaan latar belakang. Kemudian penelitian bisa di lakukan dengan menentukan judul **“PENGARUH PENGALAMAN, KEPUASAN, DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN GOJEK DI KOTA BATAM”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Permasalahan yang tercakup bisa diidentifikasi sebagai berikut:

1. Pengalaman pelanggan dalam menggunakan Gojek sangat beragam ada yang mendapatkan pengalaman baik dan ada juga yang mendapatkan pengalaman kurang baik.
2. Masih kurangnya partisipasi masyarakat dalam mendukung Gojek sebagai masukan untuk perusahaan dalam memperbaiki masalah.
3. Sikap driver yang kurang sopan terkadang membuat pengalaman yang kurang menyenangkan dan berakibat turunnya tingkat kepuasan pelanggan.
4. Kepercayaan pelanggan terhadap Gojek masih harus diperhatikan karena jika pelanggan tidak memiliki rasa percaya kepada Gojek mengakibatkan pelanggan berkurang dan lebih buruk lagi pelanggan menggunakan jasa yang sama pada perusahaan lain.

5. Kurangnya pengalaman, kepuasan, dan kepercayaan pelanggan terhadap Gojek membuat perusahaan tidak mendapatkan loyalitas dari pelanggan.
6. Kualitas layanan driver Gojek yang buruk yaitu tidak memenuhi standar kualitas layanan yang ditetapkan oleh perusahaan Gojek.
7. Banyaknya pesaing jasa transportasi online berdampak pada tarif yang ditawarkan dan membuat pelanggan sulit untuk memberikan loyalitas terhadap satu jasa transportasi online saja.

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini membatasi permasalahan sebagai berikut:

1. Variable yang di teliti meliputi Pengalaman (X1), Kepuasan (X2), Kepercayaan Pelanggan (X3), dan Loyalitas Pelanggan (Y).
2. Penelitian ini di lakukan pada masyarakat Kota Batam khususnya Batam Center, karena rata-rata penduduk didaerah tersebut merupakan pengguna Gojek selain itu terletak di pusat Kota Batam.

1.4 Rumusan Masalah

Rumusan masalah bisa di tentukan berdasarkan latar belakang permasalahan di atas yakni:

1. Apakah pengalaman berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan?
2. Apakah kepuasan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan?
4. Apakah pengalaman, kepuasan, dan kepercayaan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan?

1.5 Tujuan Penelitian

Di simpulkan tujuan pada penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengalaman apa saja yang sudah dirasakan oleh para pelanggan transportasi online Gojek di Kota Batam.
2. Untuk mengetahui apakah para pelanggan transportasi online Gojek merasa puas dengan layanan yang ditawarkan Gojek di Kota Batam.
3. Untuk mengetahui tingkat kepercayaan pelanggan terhadap transportasi online Gojek di Kota Batam.
4. Untuk mengetahui pengalaman, kepuasan, dan kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan Gojek di Kota Batam.

1.6 Manfaat Penelitian

Di dasarkan pada hasil penjelasan latar belakang, dapat diperoleh manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini begitu di harapkan bisa memberi sumbangan wawasan, khususnya terkait Pengalaman, Kepuasan, dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini semoga bisa memberikan gambaran empiris terkait pengaruh Pengalaman, Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. Penelitian ini juga di harapkan mampu memberikan sumbangan ilmu yang bermanfaat bagi para pembacanya, diharapkan hasil

penelitian ini nantinya bisa di jadikan sumber data yang begitu membawa manfaat bagi masyarakat, Universitas Putera Batam terkait Pengaruh Pengalaman, Kepuasan, dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.