

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

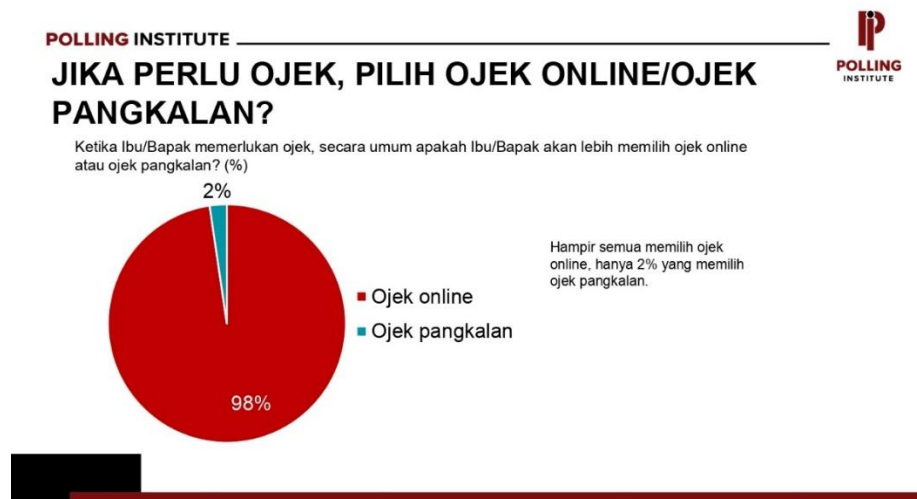
Sebagai hasil dari globalisasi, sektor komersial Indonesia berkembang pesat saat ini. Hal itu dibuktikan dengan terdapatnya persaingan antar perusahaan dalam meningkatkan pangsa pasarnya. Setiap perusahaan saling bersaing dengan berinovasi untuk memenuhi keinginan serta kebutuhan konsumen. Salah satunya ditandai dengan banyaknya kemunculan *start-up* digital di berbagai bidang. Perkembangan teknologi merupakan suatu tanda dari zaman yang terus berkembang (Purwaamijaya dkk., 2023). Menurut data terkini yang dihimpun dari *website Startup Ranking*, Indonesia menempati posisi keenam dalam daftar negara dengan *start-up* terbanyak di dunia dengan jumlah 2,515 *start-up*. Dengan jumlah tersebut Indonesia hanya kalah dari Amerika Serikat, India, Inggris, Kanada, dan Australia.

Flag	Country	Startups
	United States	77,436
	India	17,297
	United Kingdom	7,045
	Canada	3,919
	Australia	2,925
	Indonesia	2,515
	Germany	2,419
	France	1,613
	Spain	1,462
	Brazil	1,177
	United Arab Emirates	1,168

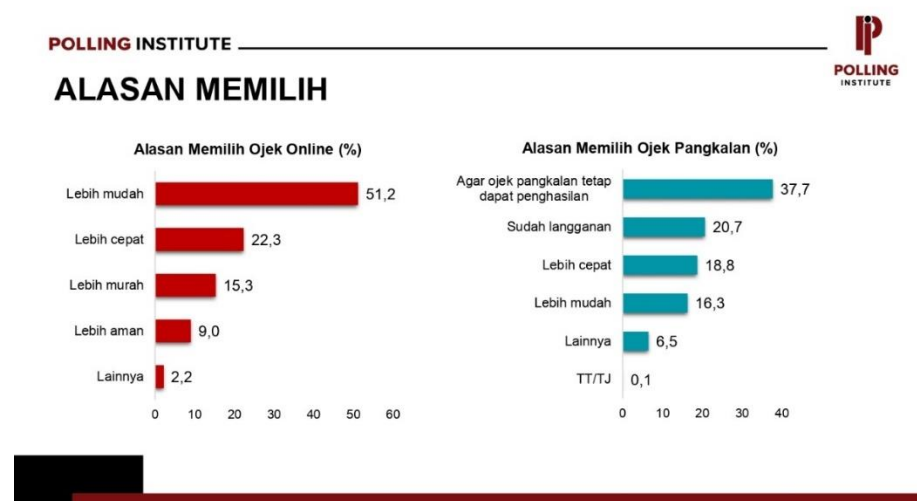
*Gambar 1. 1 Data Jumlah Start-Up di Dunia
(Startup Ranking)*

Salah satu bidang bisnis *start-up* yang mengalami perkembangan pesat saat ini adalah bidang jasa transportasi. Jasa transportasi mengalami perkembangan sangat pesat dari tahun ke tahun. Jasa transportasi menyediakan layanan yang memudahkan seseorang dalam melakukan aktivitas berpergiannya sehari-hari. Untuk menjawab kebutuhan masyarakat saat ini, maka hadir ragam perusahaan

penyedia aplikasi layanan transportasi *online*. Jasa transportasi *online* dikenal dengan mobilitas (mudah), cepat, aman dan murah. Pernyataan tersebut didasari oleh hasil survei yang telah terlaksana pada tahun 2022 oleh *Polling Institute*, sebanyak 98 persen lebih memilih ojek *online* dibanding ojek pangkalan apabila membutuhkan ojek, pilihan tersebut didasari atas ragam alasan mereka masing-masing. Sebanyak 51,2 persen pengguna beralasan memilih ojek *online* dikarenakan kemudahan, 22,3 persen memilih ojek *online* karena lebih cepat, 15,3 persen memilih karena lebih murah dan 9 persen memilih karena lebih aman. Kini terdapat berbagai macam perusahaan penyedia layanan jasa transportasi *online* salah satunya adalah Maxim.

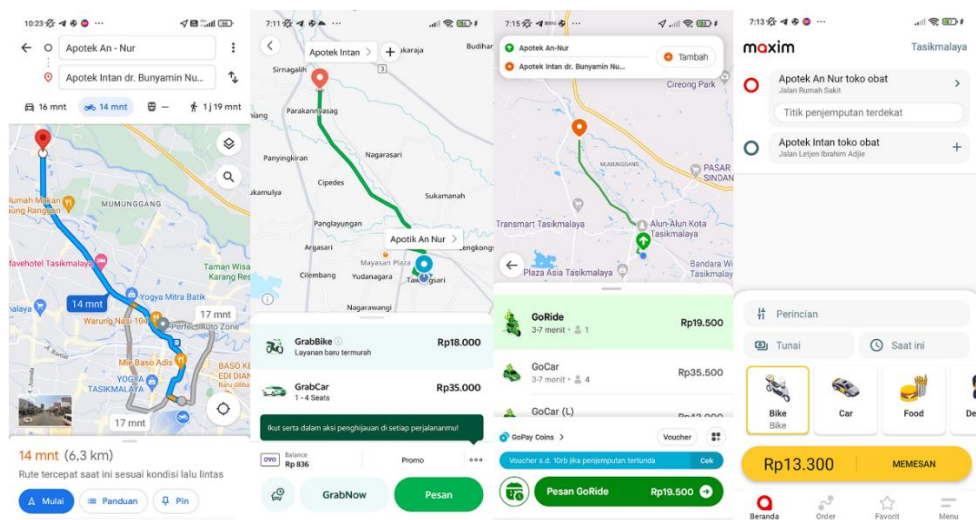


Gambar 1. 2 Data Survei Ojek Online dan Ojek Pangkalan I (Polling Institute)



Gambar 1. 3 Data Survei Ojek Online dan Ojek Pangkalan II (Polling Institute)

Merujuk pada penjelasan yang terdapat pada *website* perusahaan Maxim merupakan start-up penyedia layanan transportasi internasional dan multinasional berbasis *online*. Maxim sendiri mulai beroperasi di Indonesia pada tahun 2018, pernyataan tersebut bersumber dari *website* Maxim. Terdapat beragam jenis layanan pada aplikasi Maxim seperti Maxim Bike, Maxim Car, Maxim Delivery, Maxim Cargo hingga Maxim Food & Shop. Maxim diketahui memiliki harga yang lebih terjangkau dibanding para kompetitornya. Hal tersebut dapat dilihat melalui data yang tertera pada gambar 1.4.



Gambar 1. 4 Perbandingan Tarif Ojek Online Maxim, Grab, dan Gojek (Aplikasi Maxim, Grab, dan Gojek)

Berdasarkan gambar 1.4 dapat diketahui bahwa tarif dasar Maxim Bike relatif lebih murah jika dibandingkan dengan tarif dasar kompetitor sejenisnya seperti GoRide dan GrabBike untuk jarak yang sama. Selain lebih unggul dari segi harga, Maxim harus mampu memberikan pelayanan yang tidak kalah baik kepada para pelanggannya untuk membangun citra positif bagi perusahaan dimata pelanggan.

Segala bisnis tentunya menginginkan konsistensi dalam menghasilkan keuntungan, tak terkecuali bisnis *start-up*. Loyalitas pelanggan merupakan salah satu faktor penting guna menghasilkan konsistensi dalam mencetak laba karena dengan mempertahankan pelanggan berarti mempertahankan pendapatan dan kinerja keuangan. Merujuk pada pemaparan dalam Hurriyati, (2015), Keinginan mendasar manusia untuk memiliki, mendukung, memperoleh rasa aman, dan

Fahzy Nuansyah Ilham, 2023

Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Start-Up Transportasi Online (Studi pada Start-Up Maxim di Kota Tasikmalaya)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

menjalin hubungan serta ikatan emosional merupakan akar dari kesetiaan. Loyalitas, dalam konteks bisnis, mengacu pada sejauh mana konsumen berkomitmen terhadap merek atau layanan tertentu. Menurut Rangkuti (2017), loyalitas pelanggan mengacu pada komitmen individu terhadap bisnis, merek, atau produk tertentu. Pembentukan loyalitas merek adalah sesuatu yang menarik bagi bisnis.

Harga dan kualitas layanan adalah dua aspek yang diyakini para ahli dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Menurut Tjiptono (2014), harga adalah memperoleh suatu produk atau layanan adalah jumlah dari biaya moneter (satuan mata uang) dan non-moneter (penggunaan) yang terkait dengan melakukannya. Andrian (2019) mengklaim bahwa konsumen seringkali menggunakan harga sebagai perbandingan suatu produk. Loyalitas pelanggan dapat dipengaruhi oleh sejumlah faktor, termasuk harga dan kualitas layanan. Menurut Kotler dan Keller (2016), kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai sejauh mana memenuhi kebutuhan pelanggan. Selain itu, menurut Kasmir (2017), kualitas layanan dapat dipahami sebagai upaya yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk memenuhi suatu kebutuhan. Menurut definisi ini, kualitas layanan adalah sejauh mana bisnis berjalan untuk memastikan kebahagiaan klien.

Namun, para ahli percaya bahwa kualitas layanan dan biaya adalah dua aspek yang dapat mempengaruhi pelanggan untuk tetap setia pada suatu produk. Tak bisa dipungkiri bahwa setiap daerah memiliki kebiasaan, pola pikir, penghasilan serta daya beli dan kesukaan yang berbeda-beda. Salah satu perbedaan dari segi pendapatan dapat dilihat pada gambar 1.5. Adanya ragam perbedaan tersebut tentunya berpengaruh akan faktor apa yang memberikan pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di suatu daerah termasuk daerah Kota Tasikmalaya. Hal itu diperkuat atas adanya hasil pada penelitian sejenis yang memberikan hasil yang beragam. Selain itu, terdapatnya perusahaan *start-up* pesaing dibidang transportasi *online* yang juga memberikan promo menarik, penetapan harga yang bersaing dan kualitas pelayanan yang tidak kalah baik tentunya menjadi pertimbangan dalam membentuk strategi dan kebijakan bisnis suatu perusahaan *start-up* transportasi *online* dalam menetapkan harga dan kualitas pelayanan untuk membangun loyalitas pelanggan.

Rata-rata Pendapatan Bersih Sebulan Pekerja Bebas¹⁾ Menurut Provinsi dan Kelompok Umur (ribu rupiah), 2020

Provinsi	Februari 2020				Agustus 2020			
	Kelompok Umur			Jumlah	Kelompok Umur			Jumlah
	15-24	25-54	55+		15-24	25-54	55+	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
Aceh	1 439,5	1 596,4	1 257,0	1 535,5	1 246,8	1 426,2	1 163,1	1 363,8
Sumatera Utara	1 310,8	1 594,4	1 587,0	1 540,7	1 195,3	1 467,1	1 326,6	1 398,0
Sumatera Barat	1 183,0	1 478,1	1 321,5	1 406,0	1 136,2	1 468,8	1 343,5	1 407,9
Riau	1 144,3	1 678,2	1 413,5	1 547,3	1 189,3	1 590,8	1 566,0	1 527,7
Jambi	1 447,4	1 716,2	1 092,9	1 582,5	1 291,4	1 514,8	1 279,1	1 452,6
Sumatera Selatan	935,0	1 201,5	1 101,9	1 142,1	1 252,0	1 302,5	951,8	1 242,7
Bengkulu	1 214,6	1 451,7	876,3	1 349,8	986,5	1 304,9	1 061,0	1 226,4
Lampung	1 322,0	1 354,6	1 227,5	1 334,4	1 126,1	1 316,6	1 229,1	1 279,9
Kepulauan Bangka Belitung	1 680,0	1 639,5	909,0	1 556,4	1 003,1	1 688,8	1 404,1	1 564,6
Kepulauan Riau	2 192,5	2 434,1	831,3	2 246,7	1 287,9	2 163,8	1 956,9	2 017,6
DKI Jakarta	NA	2 266,3	1 902,4	2 116,4	1 504,5	1 873,4	1 764,8	1 826,7
Jawa Barat	1 185,1	1 562,9	1 208,8	1 454,1	1 206,9	1 430,1	1 138,0	1 341,1
Jawa Tengah	1 275,4	1 526,6	1 139,9	1 410,5	1 374,2	1 501,7	1 087,7	1 390,6
DI Yogyakarta	1 684,8	1 413,7	906,4	1 331,0	1 094,6	1 437,0	1 172,8	1 342,2
Jawa Timur	1 229,2	1 428,8	1 067,1	1 321,4	1 325,8	1 435,7	1 094,2	1 338,4
Banten	1 804,0	1 909,7	1 262,3	1 792,2	1 592,6	1 634,8	1 340,4	1 566,9

Gambar 1. 5 Data Pendapatan Bersih Rata-rata Sebulan Pekerja Bebas Indonesia Berdasarkan Provinsi dan Kelompok Umur Tahun 2020 (Badan Pusat Statistik)

Berdasarkan fakta dan pernyataan yang telah terlampir, menarik minat penulis untuk melanjutkan studi lanjutan dengan judul "Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Start-Up Transportasi *Online* (Studi pada Maxim Start-Up di Kota Tasikmalaya) ". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah harga dan kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh startup transportasi *online* Maxim di Kota Tasikmalaya berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan paparan yang telah disampaikan pada latar belakang masalah, maka dapat dirumuskan beberapa rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap loyalitas pelanggan *start-up* transportasi *online*?
2. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan *start-up* transportasi *online*?
3. Apakah harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan *start-up* transportasi *online*?

1.3 Tujuan Penelitian

Sebuah penelitian harus dilakukan dengan jelas dan terukur, maka penulis menyimpulkan bahwa perlu adanya rumusan tujuan yang jelas. Hal itu sejalan dengan rumusan masalah penelitian yang dikemukakan sebelumnya, maka dari itu

Fahzy Nuansyah Ilham, 2023

Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Start-Up Transportasi Online (Studi pada Start-Up Maxim di Kota Tasikmalaya)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

penulis mencoba mencoba merumuskan tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap loyalitas pelanggan *start-up* transportasi *online*.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan *start-up* transportasi *online*.
3. Untuk mengetahui apakah harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan *start-up* transportasi *online*.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh penulis tentunya memiliki berbagai manfaat tersendiri. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Temuan penelitian ini dimaksudkan sebagai batu loncatan untuk eksplorasi dan pembelajaran lebih lanjut di sektor terkait. Peneliti masa depan akan dapat memanfaatkan temuan dari studi ini sebagai sumber daya, dan itu akan berkontribusi pada pengetahuan yang sudah tersedia bagi mereka.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian diharapkan memberikan manfaat secara praktis kepada para perusahaan *start-up* jasa transportasi *online*. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi yang bermanfaat dalam upaya strategik peningkatan loyalitas pelanggan.

1.5 Struktur Organisasi Skripsi

Struktur organisasi tesis ini berfungsi sebagai peta jalan yang harus diikuti oleh penulis saat penulis menulis setiap bab dengan cara yang metodis dan terukur. Untuk itu, informasi berikut telah dimasukkan secara linier, dimulai dengan Bab I dan diakhiri dengan Bab 5.

BAB I Pendahuluan

Keuntungan teoretis dan praktis dari studi ini, serta tujuan studi dan kerangka kerja organisasi, dibahas secara rinci dalam Bab I: Pendahuluan.

BAB II Kajian Pustaka

Kajian Pustaka, Hipotesis, dan Kerangka Penelitian, Bagian II. Menurut disiplin ilmu yang dikaji dan penelitian terdahulu yang berlaku, Kajian Pustaka meliputi gagasan, argumentasi, hukum, model, atau formula kunci dan variannya. Untuk membuat hipotesis, pertama-tama perlu membangun kerangka mental dengan mempertimbangkan hubungan teoritis antara variabel yang akan dipelajari. Hipotesis adalah teori kerja yang memberikan solusi jangka pendek untuk pertanyaan penelitian.

BAB III Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian yang terdapat pada Bab III meliputi objek penelitian itu sendiri, serta variabel operasional, populasi sampel, metodologi pengambilan sampel, metode pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, serta rancangan analisis data.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pembahasan dan Hasil Penelitian yang terdapat pada bab keempat pada sebuah penelitian meliputi deskripsi rinci tentang hasil dari suatu penelitian. Tujuan dibentuknya bab ini adalah untuk menunjukkan hasil penelitian yang didapat, serta analisa terkait hasil dari penelitian tersebut dengan mengubungkain serangkaian teori dari Kajian Pustaka.

BAB V Simpulan dan Rekomendasi

Kesimpulan serta rekomendasi yang terdapat pada bab kelima meliputi ringkasan yang diperoleh dari hasil penelitian, serta rekomendasi dan implikasi yang dipaparkan berdasarkan hasil temuan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar rujukan yang berisi referensi penelitian tercantum pada bagian daftar pustaka pada sebuah karya tulis. Daftar pustaka bermanfaat dalam memberikan informasi tambahan bagi pembaca karya tulis.

LAMPIRAN

Seluruh berkas maupun dokumen yang berisikan informasi tambahan tersaji pada bagian lampiran pada suatu karya tulis. Informasi tambahan pada lampiran berupa tabel, gambar, dan dokumen lain yang mampu menunjang keabsahan suatu karya tulis.