

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Transportasi umum atau transportasi publik merupakan hal yang saat ini ramai-ramainya diperbincangkan baik oleh pemerintah pusat, pemerintah daerah, maupun masyarakat umum. Saat ini transportasi umum yang nyaman dan aman mulai menjadi prioritas utama bagi masyarakat. Masyarakat cenderung akan menggunakan transportasi umum yang telah melakukan perbaikan-perbaikan baik dalam segi pelayanan, fasilitas, ketepatan waktu pemberangkatan, kejujuran dalam memberikan tarif, dan lain sebagainya. Taksi konvensional menggunakan metode menunggu penumpang, sedangkan taksi berbasis aplikasi menjemput penumpang. Masalah adaptasi terhadap teknologi yang diambil peluangnya oleh pengguna taksi berbasis aplikasi, dan belum digarap dengan baik oleh pihak pengelola taksi konvensional.

Moda transportasi yang bisa digunakan antara lain taxi, ojek, becak, dan lain sebagainya. Dalam hal ini, taxi menjadi pilihan sebagian besar masyarakat karena tingkat keamanan dan kenyamanannya. Namun sayangnya, masyarakat dewasa ini sering kecewa dengan pelayanan transportasi publik terutama taxi yang buruk. Para pengemudi taxi konvensional sering melakukan kecurangan-kecurangan yang berbuntut pada keengganan masyarakat untuk menggunakan jasa mereka lagi. Para supir taxi konvensional sering sengaja membuat rute yang berputar-putar, terutama jika penumpang terlihat tidak tahu jahan, agar argometer menunjukkan angka yang lebih mahal daripada seharusnya jika melewati

jalan yang benar. Hal-hal tersebut membuat tumbuhnya taxi *Online* yang menggunakan tarif yang jujur serta lebih murah menarik perhatian banyak orang dan membuat masyarakat beralih dari taxi konvensional ke taxi *Online*.

Ditinjau dari *Service Quality*, taxi *online* memiliki kualitas pelayanan yang lebih baik daripada taxi konvensional. Hal tersebut terbukti dengan waktu tunggu untuk layanan taxi *online* hanya 4,46 menit, sedangkan layanan taksi konvensional lebih dari 7,79 menit. (Kompasiana, 2016) Sistem *rating driver* adalah suatu sistem di mana pelanggan memberikan *feedback* berupa penilaian dalam bentuk *rating*. Adanya sistem ini membuat konsumen dapat memilih pengemudi yang sesuai, sehingga proses pengambilan keputusan konsumen menjadi lebih optimal. Selain itu, tarif yang ditetapkan di awal mengurangi peluang terjadinya kecurangan tarif oleh *driver* yang sering dilakukan oleh *driver* taxi konvensional. Salah satu caranya adalah dengan menempuh tujuan dengan jalan memutar sehingga argo yang dibayarkan lebih mahal. Selain itu penumpang cepat sampai ke tujuan karena tidak ada insentif jika *driver* mengambil jalan lebih jauh, sementara para taksi konvensional/argo bisa lebih tinggi. Di sisi lain, pelanggan juga lebih senang karena harga yang mereka bayar lebih murah daripada taxi konvensional. Sebuah artikel dalam Kompasiana (2016) mengungkapkan bahwa biaya taxi *online* 20% lebih rendah daripada taxi konvensional. *Service Quality* yang sangat memuaskan tersebut menimbulkan *Customer Experience* yang baik, sehingga pelanggan menjadi puas (*Customer Satisfaction*). Kepuasan pelanggan tersebut membuat pelanggan akan kembali menggunakan taxi *online* (*Customer loyalty*).

Newby dan McManus (2000) menyatakan kualitas yang sangat baik layanan pelanggan tidak hanya didasarkan pada pengetahuan dan keterampilan individu tetapi juga pada cara bahwa organisasi secara

keseluruhan, dari manajemen puncak ke bawah, menarik dalam yang sama arah dan menyajikan jelas, pesan positif kepada pelanggan.

Menurut Meyer & Schwager (2007), pengalaman pelanggan adalah tanggapan pelanggan secara internal dan subjektif sebagai akibat dari interaksi secara langsung maupun tidak langsung dengan perusahaan.

Kotler (2001) mendefinisikan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Bila kinerja melebihi harapan mereka akan merasa puas dan sebaliknya bila kinerja tidak sesuai harapan maka akan kecewa.

Menurut Lovelock, loyalitas pelanggan adalah keinginan pelanggan untuk melanjutkan berlangganan di suatu perusahaan dalam jangka panjang, membeli barang dan jasa secara berulang hanya dari satu tempat tertentu, serta secara sukarela merekomendasikan produk perusahaan ke orang lain.

Penelitian terdahulu pertama oleh Khuong & Dai (2016) meneliti mengenai *The Factors Affecting Customer Satisfaction and Customer Loyalty — A Study of Local Taxi Companies in Ho Chi Minh City, Vietnam* ditemukan bahwa mengelola kualitas layanan pelanggan merupakan hal sangat penting untuk memuaskan pelanggan, mempertahankan pelanggan dan menciptakan loyalitas antara pelanggan.

Penelitian terdahulu kedua oleh Ali *et al.*, (2016) meneliti mengenai *Make it delightful: Customers' experience, satisfaction and loyalty in Malaysian theme parks* ditemukan bahwa pengaturan fisik taman bermain serta interaksi antar staf maupun interaksi antar pelanggan berdampak pada kesenangan dan kepuasan pelanggan. Kesenangan pelanggan akan mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Penulis tertarik untuk meneliti fenomena taxi *online* karena banyak sekali masyarakat yang mulai resah menggunakan taxi konvensional. Hal ini disebabkan banyak driver taxi konvensional yang melakukan kecurangan-kecurangan, seperti memutar jalan yang jauh agar mendapatkan ongkos yang lebih, waktu tunggu kedatangan driver yang lama, dan lain sebagainya. Adanya taxi online member angin segar bagi pengguna taxi untuk mendapatkan pelayanan yang lebih baik dan cepat. Penelitian dengan judul “Pengaruh *Service Quality* dan *Customer Experience* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* pada PT Uber Indonesia di Surabaya” ini penting untuk diteliti karena taxi *Online* merupakan moda transportasi yang nyaman, aman, dan kompetitif ditengah kebutuhan mobilitas masyarakat yang tinggi. Penulis memilih PT Uber Indonesia sebagai sampel penelitian karena layanan taxi online di PT Uber Indonesia memiliki armada yang telah terstandarisasi melalui beberapa kriteria antara lain: tahun produksi armada minimal tahun 2011 dan memiliki 7 kursi penumpang (*seven seater*). Selain itu, *driver* uber telah terlebih dahulu diberikan pelatihan oleh PT Uber Indonesia sebelum mereka mulai terjun menjadi *driver* taxi. Hal tersebut membuat PT Uber Indonesia dirasa penulis dapat memberikan pelayanan yang baik terhadap pelanggan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut dapat disimpulkan kedalam pertanyaan sebagai berikut :

1. Apakah *Service Quality* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* pada PT Uber Indonesia di Surabaya?
2. Apakah *Service Quality* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* pada PT Uber Indonesia di Surabaya?

3. Apakah *Customer Experience* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* pada PT Uber Indonesia di Surabaya?
4. Apakah *Customer Experience* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* pada PT Uber Indonesia di Surabaya?
5. Apakah *Customer Satisfaction* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* pada PT Uber Indonesia di Surabaya?
6. Apakah *Service Quality* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* pada PT Uber Indonesia di Surabaya?
7. Apakah *Customer Experience* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* pada PT Uber Indonesia di Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai latar belakang dan perumusan masalah tersebut manfaat penelitian adalah untuk mengetahui:

1. *Service Quality* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* pada PT Uber Indonesia di Surabaya.
2. *Service Quality* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* pada PT Uber Indonesia di Surabaya.
3. *Customer Experience* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* pada PT Uber Indonesia di Surabaya.
4. *Customer Experience* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* pada PT Uber Indonesia di Surabaya.
5. *Customer Satisfaction* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* pada PT Uber Indonesia di Surabaya.

6. *Service Quality* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* pada PT Uber Indonesia di Surabaya.
7. *Customer Experience* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* pada PT Uber Indonesia di Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat penelitian yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Hasil Penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam memperkaya wawasan mengenai *Service Quality* dan *Customer Experience* terutama dalam kaitannya dengan *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty*.

2. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini secara praktis diharapkan dapat menyumbangkan pemikiran mengenai pemecahan masalah yang berkaitan dengan masalah *Service Quality* dan *Customer Experience* terutama dalam kaitannya dengan *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* pada PT Uber Indonesia di Surabaya.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang uraian latar belakang masalah yang mendasari dilakukannya penelitian, perumusan masalah yang akan diteliti, tujuan serta manfaat dilakukannya penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang penelitian terdahulu yang membahas perbedaan penelitian yang dilakukan terdahulu dengan saat ini, landasan teori yang menguraikan teori dari para ahli mengenai *service quality*, *customer experience*, *customer satisfaction* dan *customer loyalty* serta hubungan antar variabel, model penelitian yang menjelaskan hubungan antara variabel, dan hipotesis.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang uraian dan penjelasan mengenai jenis penelitian, identifikasi variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, *service quality*, *customer experience*, *customer satisfaction* dan *customer loyalty* beserta indikator variabel pada penelitian ini, sumber data, alat dan metode pengumpulan data, teknik pengambilan sampel, dan analisis data.

BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang penjelasan obyek penelitian yang dijelaskan secara singkat, deskripsi data yang akan diteliti, alur analisis data yang digunakan, dan pembahasan hasil penelitian dan olah data yang dilakukan.

BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari hasil penelitian. Simpulan berisi tentang hasil penelitian dan menjawab pertanyaan yang terdapat pada rumusan masalah, dan saran berisi mengenai

gagasan pemecahan masalah yang berdasarkan pada pembahasan penelitian.