

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pada hakikatnya manusia merupakan makhluk hidup yang senantiasa melakukan interaksi dan berbagai aktivitas untuk memenuhi kebutuhan yang harus dipenuhi untuk menunjang kelangsungan hidupnya. Aktivitas ini tidak dapat dipenuhi di satu lokasi saja. Oleh karena itu, penggunaan kendaraan untuk mengangkut orang atau produk dari suatu lokasi ke lokasi lain merupakan transportasi. Di era saat ini, individu melakukan berbagai macam aktivitas, dan diperlukan alat transportasi untuk melaksanakannya. alat transportasi berperan penting dalam memfasilitasi mobilitas manusia sehari-hari. Oleh karenanya, hal ini sangat penting untuk direncanakan dengan cermat dan aman, karena hal ini berdampak pada berbagai aktivitas sehari-hari, termasuk pengangkutan penumpang, perekonomian, dan pengiriman produk dan layanan lainnya.

Dengan seiring berkembangnya zaman, sektor transportasi terus mengalami perkembangan dengan pesat dari tahun ke tahunnya. Perkembangan transportasi saat ini tidak terlepas dari dampak teknologi yang terus tumbuh secara beriringan, sehingga menghasilkan inovasi yang terus berkembang seperti munculnya transportasi *online* yang semakin memudahkan masyarakat. Inovasi yang muncul pada transportasi *online* ini adalah dengan terciptanya sebuah perangkat *online* dengan dilengkapi dengan fitur *Global Positioning System (GPS)* sehingga pengguna dapat

mengetahui keberadaan pengemudi terdekat. Selain itu, melalui aplikasi transportasi *online*, pengguna dapat melakukan pemesanan kendaraan, mengetahui informasi perjalanan, memperkirakan biaya perjalanan, serta memperoleh kemudahan akses terhadap layanan transportasi hanya melalui perangkat telepon pintar yang terhubung dengan jaringan internet.

Pada tahun 2010 muncul bisnis transportasi online pertama di Indonesia, namun pada tahun itu tidak banyak dari masyarakat Indonesia yang mengetahui atau tertarik dengan kemunculan transportasi *online* tersebut, sehingga diperlukan waktu 5 tahun untuk mengembangkan dan memperkenalkan transportasi berbasis aplikasi *online*. Tepat pada tahun 2015, transportasi berbasis aplikasi *online* tersebut mendapatkan tempat di masyarakat, karena pada awal kemunculan transportasi berbasis *online* di Indonesia ini menawarkan tarif murah dan kemudahan akses dalam penggunaan aplikasi transportasi online tersebut.

Gambar 1. 1
Data Pertumbuhan Sektor Transportasi Online di Indonesia (2020-2023)



Sumber: *e-Conomy SEA 2020: Roaring 20s-The SEA digital decade*

Berdasarkan gambar di atas, bahwa data pertumbuhan sektor transportasi *online* di Indonesia selama periode 2020-2023 menunjukkan adanya peningkatan nilai transaksi bruto atau *Gross Merchandise Value*

(*GMV*). Pada tahun 2020, nilai *GMV* kategori Transportasi tercatat sebesar US\$5,1 miliar dan meningkat menjadi US\$6,9 miliar pada tahun 2021. Selanjutnya, pada tahun 2022, nilai mengalami peningkatan menjadi US\$7,3 miliar pada tahun 2023. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa penggunaan layanan transportasi berbasis *online* semakin berkembang seiring dengan meningkatnya pemanfaatan teknologi digital dan mobilitas masyarakat.

Seiring dengan tingginya minat masyarakat pada jasa transportasi online ini, mengharuskan perusahaan untuk terus melakukan inovasi dan menyusun bagaimana caranya agar perusahaan bertumbuh lebih jauh untuk merebut hati pelanggan. Mengingat sifat perusahaan sebagai penyedia jasa, maka upaya yang tepat harus dilakukan untuk mempertahankan kepentingan dan patronase calon konsumen. Perusahaan kemudian wajib memberikan pelayanan prima dan menetapkan harga yang sepadan dengan kualitas layanan agar dapat membangun reputasi positif dan mendapatkan preferensi masyarakat terhadap layanan transportasi online yang dimilikinya. Banyak perusahaan transportasi online di Indonesia yang sudah dikenal luas, seperti Gojek, Maxim, Grab, dan InDrive. Persaingan yang semakin ketat tersebut menunjukkan bahwa setiap perusahaan tidak hanya perlu mempertahankan pelanggan melalui pemberian harga yang kompetitif dan kualitas pelayanan yang mampu memenuhi harapan pelanggan.

Tabel 1. 1
Data Unduhan Aplikasi Transportasi Online di Indonesia

No.	Nama	Jumlah Unduhan (perbulan)	
		Tahun 2022	Tahun 2023
1.	Gojek	1.360.000	957.000
2.	Maxim	773.000	892.000
3.	InDrive	297.000	321.000
4.	Grab	207.000	170.000

Sumber: Databoks, 2023

Berdasarkan gambar grafik di atas, menunjukkan bahwa Gojek menempati urutan pertama dengan tingkat rata-rata unduhan yaitu 1,36 Juta unduhan perbulan pada tahun 2022 dan mengalami penurunan sebesar 29% unduhan pada tahun 2023 dengan jumlah unduhan 957 ribu unduhan perbulan. Sedangkan pada urutan ketiga, yaitu InDrive yang memiliki rata-rata unduhan perbulan pada tahun 2022 sebesar 297 ribu, kemudian pada tahun 2023 InDrive mendapatkan rata-rata unduhan sebesar 321 ribu, dimana angka ini menunjukkan bahwa InDrive mengalami peningkatan sebesar 8,08% dari tahun sebelumnya. Itu berarti menunjukkan bahwa InDrive sudah mulai diminati oleh masyarakat Indonesia.

Peningkatan jumlah unduhan tersebut menunjukkan bahwa aplikasi inDrive mulai mendapatkan perhatian dan ketertarikan dari masyarakat Indonesia. Meskipun demikian, peningkatan jumlah unduhan aplikasi

belum tentu menunjukkan bahwa seluruh pengguna memiliki tingkat kepuasan yang tinggi. Jumlah unduhan hanya menggambarkan ketertarikan atau keputusan awal masyarakat untuk menggunakan suatu aplikasi, sedangkan kepuasan pelanggan berkaitan dengan penilaian dan pengalaman pengguna setelah menggunakan layanan yang diberikan oleh perusahaan. Oleh karena itu, peningkatan jumlah pengguna perlu diimbangi dengan kemampuan perusahaan dalam memberikan harga yang sesuai dan kualitas pelayanan yang mampu memenuhi harapan pelanggan.

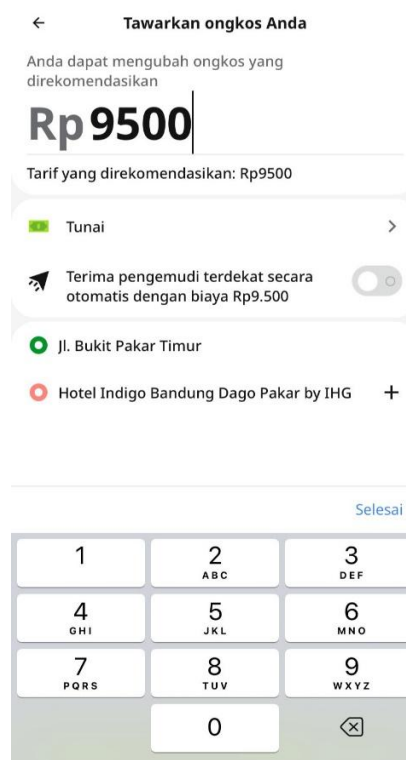
InDrive merupakan salah satu perusahaan *ride-hailing* yaitu jasa transportasi berorientasi pada *platform online* yang menghubungkan antara penumpang dan pengemudi secara langsung. InDrive sendiri merupakan sebuah perusahaan Internasional yang berasal dari Rusia yang diterbitkan pada tahun 2012 di Yakutsk. InDrive pertama kali diperkenalkan secara resmi di Indonesia yaitu pada 8 Agustus 2019. InDrive menjadi *aggregator online* internasional yang menawarkan sebuah kebebasan kepada penumpang dan pengemudi untuk dapat menentukan harga yang diinginkan.

InDrive adalah aplikasi layanan transportasi yang bertujuan untuk membantu memenuhi kebutuhan penumpang yang akan melakukan perjalanan untuk berbagai kepentingan dengan layanan yang aman, terjangkau dan mudah. InDrive adalah sebuah layanan transportasi online yang beroperasi pada lebih dari 700 kota di 47 negara di seluruh dunia dan sudah di unduh lebih dari 150 juta kali, yang menawarkan fitur-fitur dengan

memprioritaskan keamanan dan transparansi, serta mengatur perjalanan yang lebih nyaman dan efisien.

Salah satu karakteristik yang membedakan inDrive dengan beberapa aplikasi transportasi online lainnya adalah adanya fitur penawaran atau tawar harga. Melalui fitur tersebut, pelanggan diberikan kesempatan untuk mengajukan harga perjalanan sesuai dengan kemampuan atau pertimbangannya. Selanjutnya, pengemudi dapat mempertimbangkan dan memilih untuk menerima atau menolak penawaran harga tersebut. Fitur tersebut memberikan fleksibilitas kepada pelanggan dan pengemudi dalam proses penentuan tarif perjalanan.

Gambar 1. 2
Fitur Tawar Harga Transportasi InDrive



Sumber: (Diakes Pada Aplikasi InDrive, 2025)

Keberadaan fitur tawar harga menjadi salah satu keunggulan sekaligus karakteristik utama yang dimiliki oleh inDrive. Berbeda dengan beberapa aplikasi transportasi online yang menetapkan atau menampilkan tarif perjalanan secara otomatis melalui sistem aplikasi, inDrive memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk terlibat secara langsung dalam proses penentuan harga. Pelanggan dapat mengajukan penawaran harga, sedangkan pengemudi dapat mempertimbangkan apakah harga tersebut sesuai untuk menerima perjalanan. Mekanisme tersebut menjadikan harga sebagai salah satu aspek yang sangat penting dalam pengalaman pelanggan ketika menggunakan jasa transportasi online inDrive.

Harga yang ditetapkan oleh perusahaan merupakan penentu kepuasan pelanggan, karena pelanggan sering mengevaluasi harga sehubungan dengan kualitas dan manfaat yang diberikan. Maka ini sejalan dengan gagasan yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong (2012), yang mengartikan penetapan harga mencerminkan nilai yang terdapat pada suatu produk atau layanan, atau nilai yang diperoleh pelanggan sebagai imbalan atas keunggulan atau pemanfaatan produk tersebut. Oleh karena itu, jika harga sepadan dengan manfaat yang diterima pelanggan dari suatu produk atau layanan, InDrive akan menjadi pilihan utama pelanggan dibandingkan para pesaingnya.

Dalam industri jasa transportasi online, harga menjadi salah satu faktor penting karena pelanggan harus mengeluarkan sejumlah biaya untuk

memperoleh layanan perjalanan. Sebelum memutuskan menggunakan suatu aplikasi transportasi online, pelanggan dapat membandingkan harga yang ditawarkan oleh satu penyedia jasa dengan penyedia jasa lainnya. Selain itu, pelanggan juga akan mempertimbangkan apakah harga yang harus dibayarkan sesuai dengan kemampuan atau daya beli mereka. Dengan adanya persaingan antara berbagai aplikasi transportasi online, pelanggan memiliki banyak alternatif pilihan, sehingga harga menjadi salah satu pertimbangan dalam menentukan jasa transportasi yang akan digunakan.

Harga dalam jasa transportasi online tidak hanya dipandang berdasarkan tinggi atau rendahnya tarif perjalanan. Persepsi pelanggan terhadap harga dapat dilihat dari beberapa aspek, seperti keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas pelayanan, daya saing harga dibandingkan dengan pesaing, serta kesesuaian harga dengan manfaat yang diperoleh. Keterjangkauan harga berkaitan dengan kemampuan pelanggan dalam membayar tarif perjalanan. Kesesuaian harga dengan kualitas pelayanan berkaitan dengan penilaian pelanggan mengenai apakah biaya yang dikeluarkan sepadan dengan pelayanan yang diterima. Daya saing harga menunjukkan bagaimana pelanggan membandingkan tarif inDrive dengan tarif transportasi online lainnya, sedangkan kesesuaian harga dengan manfaat berkaitan dengan penilaian pelanggan terhadap manfaat yang diperoleh dibandingkan dengan biaya yang telah dikeluarkan.

Fenomena harga menjadi semakin menarik dalam penggunaan jasa transportasi online inDrive karena sistem penentuan tarif yang digunakan

memiliki karakteristik tersendiri. Fitur tawar harga memungkinkan pelanggan mengajukan harga perjalanan berdasarkan kemampuan dan pertimbangannya. Namun, harga yang ditawarkan oleh pelanggan belum tentu selalu diterima oleh pengemudi. Pengemudi dapat menolak penawaran tersebut apabila harga yang diajukan dianggap belum sesuai, sehingga pelanggan mungkin perlu menunggu lebih lama atau menyesuaikan kembali harga yang ditawarkan untuk memperoleh pengemudi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa harga dalam penggunaan aplikasi inDrive tidak hanya berkaitan dengan memperoleh tarif yang murah, tetapi juga berkaitan dengan kesesuaian antara harga yang ditawarkan, harga yang diharapkan, dan pelayanan yang akhirnya diperoleh pelanggan.

Seorang pelanggan mungkin dapat mengajukan harga yang lebih rendah dibandingkan perkiraan tarif yang tersedia, tetapi apabila harga tersebut sulit diterima oleh pengemudi sehingga pelanggan harus menunggu dalam waktu yang lama, maka pengalaman yang diperoleh belum tentu sesuai dengan harapan pelanggan. Sebaliknya, apabila pelanggan memperoleh harga yang dianggap sesuai, mendapatkan pengemudi dalam waktu yang relatif cepat, serta menerima pelayanan yang baik selama perjalanan, maka pelanggan cenderung menilai bahwa biaya yang dikeluarkan sepadan dengan manfaat yang diperoleh. Oleh karena itu, dalam konteks inDrive, harga perlu dipahami sebagai persepsi pelanggan terhadap nilai yang diperoleh dari harga perjalanan, bukan hanya sebagai nominal tarif yang dibayarkan.

Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara harga dan kepuasan pelanggan. Harga yang terjangkau belum tentu secara otomatis menciptakan kepuasan apabila tidak diimbangi dengan manfaat dan pelayanan yang sesuai. Sebaliknya, pelanggan dapat menerima harga yang lebih tinggi apabila harga tersebut dinilai sepadan dengan manfaat, kenyamanan, keamanan, kecepatan, dan kualitas pelayanan yang diperoleh. Oleh karena itu, perusahaan perlu memberikan nilai yang sesuai melalui mekanisme harga yang mampu memenuhi pertimbangan dan harapan pelanggan. Dalam konteks inDrive, fitur tawar harga menjadi salah satu karakteristik yang perlu dikaji karena persepsi pelanggan terhadap keterjangkauan dan kesesuaian harga dapat memengaruhi tingkat kepuasan mereka dalam menggunakan jasa transportasi online tersebut.

Selain penetapan harga, perusahaan sebagai penyedia jasa perlu memberikan kualitas pelayanan yang baik untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Tjiptono (2014) mengartikan kualitas pelayanan sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan pelanggan. Dengan demikian, kualitas pelayanan berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan.

Dalam penggunaan jasa transportasi online, kualitas pelayanan dapat tercermin melalui berbagai aspek, seperti kemudahan penggunaan aplikasi, kemudahan dalam melakukan pemesanan, ketersediaan

pengemudi, ketepatan waktu penjemputan, kondisi kendaraan, keamanan dan kenyamanan perjalanan, ketepatan pengemudi dalam mengantarkan pelanggan, serta sikap dan keramahan pengemudi. Pelanggan akan melakukan penilaian terhadap pelayanan yang diterima dengan membandingkannya dengan harapan sebelum menggunakan jasa tersebut.

Apabila kualitas pelayanan yang diterima sesuai atau bahkan melebihi harapan pelanggan, maka pelanggan cenderung memberikan penilaian positif dan tingkat kepuasan dapat meningkat. Sebaliknya, apabila pelayanan yang diberikan belum mampu memenuhi harapan pelanggan, seperti sulit memperoleh pengemudi, waktu tunggu yang lama, pelayanan pengemudi yang kurang baik, atau perjalanan yang tidak memberikan kenyamanan dan rasa aman, maka hal tersebut dapat menimbulkan ketidakpuasan. Dengan demikian, kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor penting yang perlu diperhatikan oleh inDrive untuk menciptakan pengalaman positif dan kepuasan pelanggan.

Oleh karena itu, InDrive sebagai penyedia layanan berkewajiban untuk menjamin kepuasan pelanggan, seperti yang telah disampaikan sebelumnya. Memastikan kepuasan pelanggan sangat penting untuk kelanjutan ekspansi bisnis. Seiring berkembangnya zaman, maka semakin banyak juga perusahaan yang menekankan pentingnya kepuasan pelanggan, sehingga perusahaan terus berfokus untuk menerapkan strategi dalam memberikan kepuasan bagi pelanggannya. Sesuai dengan teori menurut Tjiptono (2014), kepuasan pelanggan merupakan pemberian nilai

oleh pelanggan, terhadap penawaran yang diberikan penjualan yang dirasa melebihi harapannya dalam membeli.

Karena hal itu pula, perhatian utama dari penelitian ini adalah InDrive masih memiliki tingkat kepuasan pelanggan yang rendah dibandingkan layanan lainnya. Hal ini menunjukkan perbedaan dengan tingkat komitmen yang ditunjukkan InDrive terhadap pemenuhan kebutuhan konsumen.

Guna mengetahui pengaruh variabel harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan saat memanfaatkan layanan transportasi online InDrive, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada mahasiswa yang terdaftar pada program studi Manajemen FEBI UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan tahun 2020 hingga 2023. Mahasiswa dari angkatan tersebut dipilih sebagai objek penelitian karena memiliki karakteristik dan pengalaman yang beragam dalam menggunakan jasa transportasi online untuk menunjang aktivitas sehari-hari. Selain itu, mahasiswa sebagai pengguna jasa memiliki pertimbangan tertentu dalam menentukan pilihan layanan, khususnya terkait keterjangkauan harga dan kualitas pelayanan yang diperoleh. Dengan demikian, Mahasiswa Jurusan Manajemen FEBI UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2020–2023 dinilai relevan sebagai objek penelitian untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi online inDrive.

Kualitas pelayanan menjadi semakin penting karena pengguna transportasi online tidak hanya mempertimbangkan harga ketika memilih suatu aplikasi. Pelanggan juga mengharapkan proses pemesanan yang mudah, waktu tunggu yang wajar, pengemudi yang profesional, serta perjalanan yang nyaman dan aman. Apabila pelayanan yang diterima tidak sesuai dengan harapan pelanggan, maka hal tersebut berpotensi menimbulkan ketidakpuasan. Sebaliknya, apabila perusahaan mampu memberikan pelayanan yang sesuai atau bahkan melebihi harapan pelanggan, maka peluang untuk menciptakan kepuasan pelanggan akan semakin besar.

Beberapa temuan penelitian mengenai pengguna inDrive menunjukkan bahwa masih terdapat aspek pelayanan yang perlu menjadi perhatian. Penelitian mengenai pengguna inDrive di Kota Bandung mengidentifikasi bahwa ketersediaan pengemudi, keakuratan peta dalam aplikasi, fleksibilitas harga, dan interaksi dengan pengemudi merupakan faktor yang berkaitan dengan kenyamanan pelanggan. Penelitian tersebut juga menemukan adanya keluhan terkait waktu tunggu yang cukup lama dan kualitas kendaraan yang bervariasi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keunggulan harga belum tentu dapat berdiri sendiri dalam membentuk pengalaman pelanggan karena kualitas pelayanan juga menjadi bagian penting dalam penggunaan jasa transportasi online.

Temuan lain mengenai persepsi pengguna inDrive juga menunjukkan adanya kelebihan dan kelemahan dalam layanan tersebut.

Fitur tawar-menawar harga dipersepsikan sebagai salah satu keunggulan karena memberikan fleksibilitas dan kontrol kepada pengguna. Namun, terdapat pula beberapa aspek yang menjadi perhatian pengguna, seperti pembatalan pesanan oleh pengemudi, ketidakakuratan navigasi, serta sikap pengemudi yang dinilai kurang ramah atau kurang profesional. Kondisi tersebut dapat memengaruhi pengalaman pengguna dan pada akhirnya berhubungan dengan tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan yang digunakan.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor penting bagi perusahaan jasa karena berkaitan dengan penilaian pelanggan terhadap pengalaman yang diperolehnya setelah menggunakan suatu layanan. Tjiptono (2014) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan berkaitan dengan evaluasi pelanggan setelah melakukan pembelian atau penggunaan suatu produk dan jasa berdasarkan perbandingan antara harapan dengan kinerja yang dirasakan. Apabila kinerja yang diterima sesuai atau melebihi harapan, pelanggan cenderung merasa puas. Sebaliknya, apabila kinerja yang diterima berada di bawah harapan, maka pelanggan berpotensi merasa tidak puas.

Dalam persaingan transportasi online yang semakin ketat, kepuasan pelanggan menjadi hal yang penting bagi inDrive. Perusahaan tidak cukup hanya menarik pelanggan melalui keunggulan fitur atau harga yang kompetitif, tetapi juga harus mampu memberikan pelayanan yang berkualitas secara konsisten. Harga yang dianggap sesuai dan pelayanan

yang memenuhi harapan pelanggan diharapkan dapat memberikan pengalaman positif kepada pengguna. Oleh karena itu, harga dan kualitas pelayanan menjadi dua faktor yang penting untuk dikaji dalam hubungannya dengan kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi online inDrive.

Fenomena tersebut relevan untuk dikaji pada kalangan mahasiswa. Mahasiswa merupakan salah satu kelompok masyarakat yang memiliki tingkat mobilitas cukup tinggi dalam menjalankan aktivitas perkuliahan maupun aktivitas lainnya. Kebutuhan untuk berpindah tempat secara cepat dan praktis menyebabkan mahasiswa berpotensi menggunakan layanan transportasi online. Selain itu, mahasiswa juga cenderung mempertimbangkan pengeluaran yang dikeluarkan dalam memenuhi kebutuhannya, sehingga aspek harga menjadi salah satu pertimbangan dalam memilih layanan transportasi. Di sisi lain, kualitas pelayanan seperti kemudahan pemesanan, kecepatan memperoleh pengemudi, kenyamanan, dan keamanan perjalanan juga menjadi bagian dari pengalaman mahasiswa sebagai pengguna.

Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2020–2023 menjadi objek yang menarik dalam penelitian ini karena terdiri atas mahasiswa dari beberapa angkatan dengan pengalaman dan pola penggunaan transportasi online yang beragam. Dalam menjalankan aktivitas perkuliahan dan aktivitas sehari-hari, mahasiswa berpotensi menggunakan transportasi

online sebagai salah satu alternatif mobilitas. Dengan karakteristik tersebut, mahasiswa Jurusan Manajemen FEBI UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2020–2023 dinilai relevan untuk memberikan gambaran mengenai persepsi pelanggan terhadap harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan dalam menggunakan jasa transportasi online inDrive.

Penelitian Hajar et al. (2024) mengenai pengguna aplikasi inDrive di Bandung meneliti pengaruh fitur layanan, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan jumlah sampel 100 responden. Sementara itu, penelitian mengenai electronic service quality terhadap electronic customer satisfaction pengguna inDrive Indonesia menggunakan objek yang lebih luas, yaitu pengguna aplikasi inDrive di Indonesia dengan sampel 200 responden. Kedua penelitian tersebut menunjukkan bahwa kajian mengenai kepuasan pengguna inDrive telah dilakukan dengan karakteristik variabel dan objek penelitian yang berbeda.

Di sisi lain, penelitian Zalianty dan Sabrina (2023) mengenai pengaruh service quality dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan transportasi online inDrive dilakukan pada masyarakat Kecamatan Medan Selayang dengan 100 responden dan menemukan adanya pengaruh yang signifikan. Namun, hasil penelitian tersebut belum tentu dapat digeneralisasikan pada seluruh karakteristik pengguna karena terdapat perbedaan wilayah, karakteristik responden, serta konteks penggunaan layanan.

Lebih lanjut, terdapat pula perbedaan hasil penelitian mengenai hubungan kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan pada pengguna inDrive. Penelitian pada mahasiswa FEB Universitas Widyatama menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Namun, secara simultan kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan masih memerlukan pengujian lebih lanjut pada objek dan karakteristik responden yang berbeda.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, fenomena perkembangan transportasi online, peningkatan minat masyarakat terhadap aplikasi inDrive, karakteristik fitur tawar harga yang menjadikan harga sebagai salah satu pertimbangan penting pelanggan, pentingnya kualitas pelayanan dalam memenuhi harapan pengguna, serta adanya *research gap* berupa ketidakkonsistenan hasil penelitian terdahulu dan keterbatasan penelitian pada objek Mahasiswa Jurusan Manajemen FEBI UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2020–2023, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online inDrive (Studi pada Mahasiswa Jurusan Manajemen FEBI UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2020–2023)”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelsan kontekstual di atas, identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Ada penyediaan transportasi online yang menawarkan harga lebih murah dibandingkan InDrive berdasarkan kualitas, sehingga mungkin menarik pengguna
2. Terdapat layanan transportasi online yang mungkin memiliki kualitas lebih buruk dibanding InDrive, namun tetap mampu mencapai kepuasan konsumen
3. Banyaknya jasa transportasi online yang berkembang di Indonesia yang mengakibatkan persaingan yang terus semakin ketat.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka penelitian ini perlu dibatasi agar pembahasan lebih terarah dan sesuai dengan bidang keilmuan manajemen. Penelitian ini difokuskan pada kajian manajemen pemasaran, khususnya dalam pengambilan kepuasan pelanggan sebagai bagian dari strategi pemasaran perusahaan.

D. Rumusan Masalah

Setelah mempertimbangkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka isu utama yang akan diteliti disimpulkan sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi online InDrive pada Mahasiswa Program Studi Manajemen FEBI UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2020-2023?

2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi online InDrive pada Mahasiswa Program Studi Manajemen FEBI UIN Sunan Gunung Djati Bandung 2020-2023?
3. Apakah harga dan kualitas pelayanan pelayana berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi online InDrive pada Mahasiswa Program Studi Manajemen FEBI UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2020-2023?

E. Tujuan Penelitian

Peneliti bertujuan untuk mencapai tujuan penelitian sebagai berikut, sebagaimana tercantum dalam rumusan masalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi online InDrive pada Mahasiswa Program Studi Manajemen FEBI UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2020-2023.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi online InDrive pada Mahasiswa Program Studi Manajemen FEBI UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2020-2023.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga kualitas pelayana terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi online InDrive pada Mahasiswa Program Studi Manajemen FEBI UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2020-2023.

F. Manfaat Penelitian

Peneliti mengharapkan hasil dari penelitian ini mampu memberikan masukan yang bermanfaat, dalam segi teori maupun praktik:

1. Manfaat Teoritis

- a. Bagi Peneliti, diharapkan dengan melakukan penelitian ini, peneliti dapat mengaplikasikan pengetahuan dan pendidikan di bangku kuliah untuk mendapatkan pengetahuan dan pengalaman yang lebih mendalam dari ilmu yang didapat.
- b. Bagi Universitas, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai bahan rujukan yang bermanfaat, khususnya bagi mahasiswa Jurusan Manajemen Konsentrasi Pemasaran, serta bagi mahasiswa lain yang memiliki minat terhadap topik penelitian sejenis.
- c. Bagi Perusahaan, penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan yang berarti bagi InDrive dapat untuk membuat pilihan berdasarkan informasi mengenai taktik pemasaran, penetapan harga, dan pengembangan kualitas layanan guna meningkatkan kebahagiaan pelanggan.

2. Manfaat Praktis

Guna memenuhi persyaratan dalam meraih gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

G. Jadwal Penelitian

Tabel 1. 2
Jadwal Penelitian

Tahapan Penelitian	2024			2025					
	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agus
Pengajuan Judul Proposal									
Penyusunan Proposal									
Bimbingan Proposal									
Sidang Proposal Penelitian									
Pengumpulan Dan pengolahan data									
Bimbingan skripsi									
Sidang skripsi									

Sumber: (Data Dioleh Peneliti, 2024)

H. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan dibuat untuk memberikan gambaran alur pembahasan secara sistematis dan berkesinambungan antar bab, sehingga memudahkan pembaca dalam memahami isi penelitian dari awal hingga akhir. Adapun sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan fenomena yang melatarbelakangi dilakukannya penelitian, khususnya terkait pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, bab ini memuat identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan skripsi. Bab pendahuluan menjadi dasar dan arah penelitian yang akan dibahas secara lebih mendalam pada bab-bab selanjutnya.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas landasan teori dan konsep yang relevan dengan variabel penelitian yang telah dirumuskan pada Bab I. Pembahasan meliputi teori harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan, serta kajian penelitian terdahulu yang mendukung penelitian ini. Bab ini juga menyajikan kerangka berpikir dan hipotesis penelitian sebagai dasar analisis yang akan diuji pada Bab III dan Bab IV.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode penelitian yang digunakan untuk menjawab permasalahan penelitian yang telah dirumuskan pada Bab I dan berdasarkan landasan teori pada Bab II. Pembahasan meliputi jenis dan pendekatan penelitian, populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, variabel penelitian, definisi operasional variabel, serta teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil penelitian yang diperoleh melalui penerapan metode penelitian sebagaimana dijelaskan pada Bab III. Pembahasan meliputi gambaran umum objek penelitian, hasil analisis deskriptif, hasil pengujian instrumen, hasil pengujian hipotesis, serta pembahasan hasil penelitian yang dikaitkan dengan teori dan penelitian terdahulu pada Bab II.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bagian akhir dari skripsi yang berisi kesimpulan penelitian berdasarkan hasil dan pembahasan pada Bab I sampai dengan Bab IV. Selain itu, bab ini juga memuat keterbatasan penelitian serta saran yang diharapkan dapat menjadi masukan bagi penelitian selanjutnya maupun pihak-pihak terkait.

