

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Penelitian**

Teknologi berkembang pesat dikalangan masyarakat milenial. Tidak hanya pada masyarakat saja namun dalam bidang pendidikan, perekonomian serta perubahan sosial budaya dan perkembangan ilmu teknologi, sarana informasi dan komunikasi yang semakin banyak kemajuan dan kemudahan dalam membantu semua aktivitas manusia.

Kehadiran teknologi di era sekarang banyak digunakan oleh perusahaan-perusahaan besar dalam memudahkan pekerjaannya. Tidak kalah saing pada perusahaan transportasi sekarang sudah menggunakan teknologi melalui aplikasi smartphone yang berbasis operasi windows atau ios inilah yang menjadi salah satu strategi perusahaan transportasi dalam persaingan di masa modern ini. Sehingga ini menjadi salah satu dampak yang memberikan suatu perubahan yang sangat signifikan bagi masyarakat terutama dalam sektor jasa yang ada di Indonesia, yaitu pada sektor jasa transportasi. Sarana jasa transportasi menjadi salah satu yang dibutuhkan oleh masyarakat ini karena alat yang digunakan membantu akan aktivitas manusia setiap harinya. Sehingga banyak perusahaan jasa transportasi yang berbondong-bondong melakukan berbagai strategi dalam merealisasikan akan kebutuhan masyarakat akan suatu pelayanan yang berkualitas tinggi guna mendapatkan kepuasan pelanggan yang sesuai dengan ekspektasi harapannya.

Ungkapan perasaan senang dan kecewa yang dibandingkan dengan kinerja dengan ekpetasi biasa disebut dengan kepuasan pelanggan (Kotler dan Keller (2009). Baiknya pelayanan akan memberikan kepuasan tersendiri bagi pelanggannya, bahkan pelanggan setia kepada perusahaan tersebut. Dengan begitu, kesetiaan pelanggan sangatlah berpengaruh terhadap perusahaan dimasa yang akan datang dikarenakan pelanggan yang memiliki kesetiaan terhadap produk/jasa akan melakukan pembelian secara berulang.

Kotler dan Amstrong (2012) menyatakan suatu pelayanan baik jasa atau produk yang memenuhi akan kepuasan pelanggannya dengan memiliki suatu karakteristik tersendiri disebut dengan Kualitas Pelayanan. Pelayanan yang berkualitas memiliki suatu peran dalam pembentukan kepuasan. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan, maka kepuasan yang didapatkanpun tinggi. tentu apabila kepuasan yang didapatkan tinggi ini akan lebih menguntungkan suatu perusahaan. Dengan memberikan jasa pelayanan yang berkualitas tinggi dari perusahaan pesaing inilah yang disebut teknik dalam mempertahankan suatu perusahaan dengan cara konsisten dan sesuai pencapaian apa yang di ekspektasikan oleh pelanggan. Sedangkan menurut Fandy Tjiptono (2007) kualitas pelayanan itu suatu upaya dalam penyampaian jasa guna memenuhi akan keinginan dalam mengimbangi harapan pelanggan.

Untuk mengukur kualitas pelayanan yaitu dengan menilai seberapa besar kualitas yang diberikan dengan melihat beberapa dimensi seperti pada kehandalan, bukti fisik, jaminan, perhatian serta daya tanggap atau service quality/SERVQUAL (Tjiptono (2011:437) diantaranya yaitu :

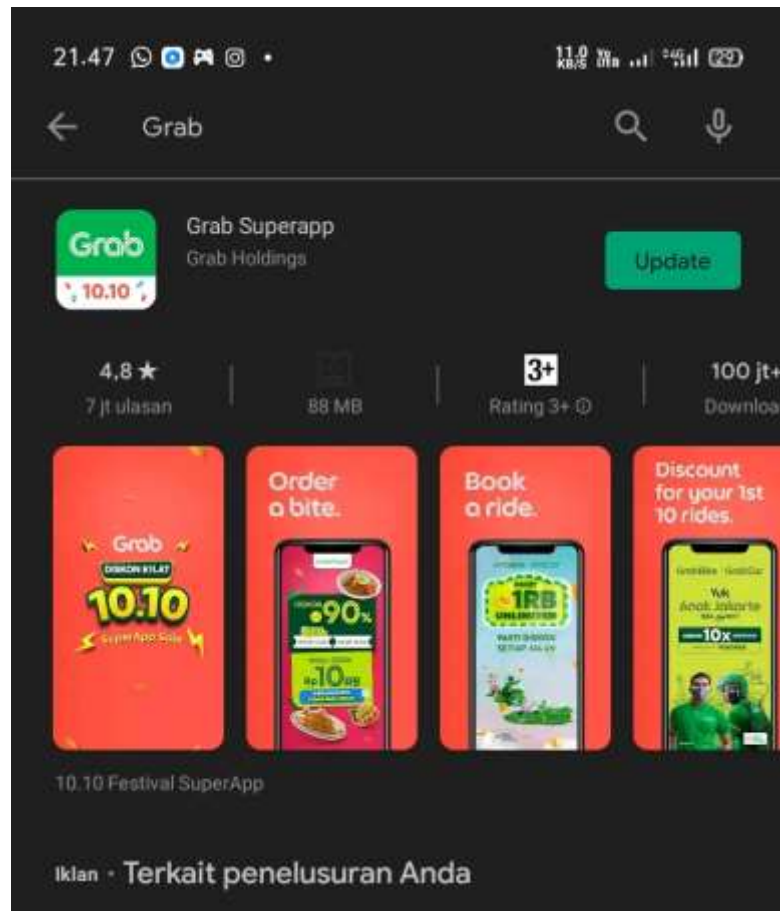
- a. Bukti Fisik (*Tangibles*) ini berkenaan dengan penampilan fisik seperti peralatan atribut kendaraan, fasilitas fisik, ataupun sarana komunikasi dan lainnya.
- b. Kehandalan (*Reliability*) ini berkaitan erat terhadap kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan yang dijanjikan secara akurat sehingga bisa langsung dirasakan manfaatnya.
- c. Daya Tanggap (*Responsiveness*) ini merupakan kemampuan penyedia layanan dalam membantu pelanggan dan merespon akan permintaannya dengan cepat.
- d. Jaminan (*Assurance*) ini berkaitan dengan pengetahuan kesopanan karyawan serta kemampuan dalam menumbuhkan akan rasa kepercayaan dan keyakinan pelanggan.
- e. Perhatian (*Empathy*) Perusahaan yang memahami masalah pelanggan dan bertindak demi kepentingan serta memberikan perhatian secara personal kepada pelanggan.

Kualitas pelayanan inilah yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Industri Grab ialah transportasi berbasis online yang bersaing dengan industri yang lain semacam pada pesaingnya ialah gojek, okejack dll. Menurut Isra dan Trenggana (2017) akibat terdapatnya persaingan bisnis yang menuntut industri grab untuk jauh memikirkan strategi terbaik guna mempertahankan pelanggannya agar tidak bergeser ke industri pesaing. Industri grab wajib benar-benar menguasai kebutuhan para pelanggannya supaya cocok dengan harapan, sehingga bisa membangun kepuasan pelanggan (Tiza dan Susanti, 2019). Perusahaan yang bergerak dibidang pelayanan transportasi bertujuan untuk menghubungkan layanan jasa transportasi dengan penumpang yakni perusahaan Grab. Kehadiran PT.Grab Indonesia di kota Ciamis menjadi alat alternatif masyarakat untuk bepergian. Lokasi kantor grab yang ada di Ciamis ada di dua lokasi yang pertama di Jl.Stasiun Ciamis,Kecamatan Ciamis,Kabupaten Ciamis dan lokasi yang kedua ada di Warung Nasi Lesehan, Jl.Rta Sunarya sebelah Coffcafe Ciamis.

Dengan smarphone pelanggan dapat mengunduh aplikasi Grab melalui aplikasi Playstore seperti contoh dibawah ini :





**Gambar 1. 1 Aplikasi Grab di PlayStore**

Pelanggan dengan mudah mengoperasikan dengan mengisi data no hp dan pin untuk memulai menggunakan aplikasi transportasi Grab tersebut. Dengan begitu pelanggan dapat dengan mudah menggunakan fitur-fitur layanan Grab dengan hanya mengklik fitur yang dibutuhkan sesuaikan alamat pengguna dan cek metode pembayaran. Berikut adalah fitur-fitur Grab yang ada di Indonesia dan sedang mengalami pertumbuhan inovasi-inovasi baru, diantaranya :



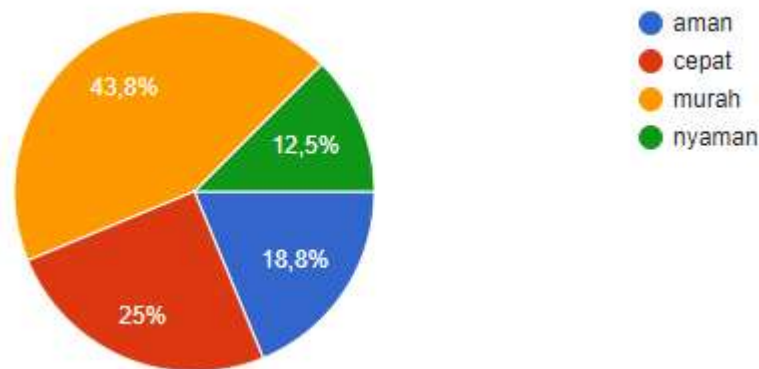
**Gambar 1. 2 Fitur-fitur layanan Grab**

Sumber : [www.grab.com](http://www.grab.com)

Dilihat dari tabel di atas, banyak fitur-fitur layanan yang diberikan grab untuk pelanggan yang ingin menggunakan jasa transportasi online. Dari beberapa fitur di atas, salah satunya grabbike merupakan kendaraan beroda dua yang banyak digunakan pelanggan dalam menggunakan jasa transportasi online dikarenakan banyak pelanggan yang ingin cepat sampai ke tujuan secara cepat dan nyaman. Peneliti melakukan wawancara kepada pengguna Grab khususnya masyarakat di Kabupaten Ciamis untuk mengetahui seberapa besar kualitas pelayanan driver Grab yang telah mempengaruhi akan kepuasan pelanggannya.

Dengan meningkatnya pengguna transportasi online dari tahun ke tahun, ada beberapa alasan pelanggan dalam memilih atau menggunakan transportasi online berdasarkan empat kategori yaitu, murah, aman, cepat dan nyaman.

Berdasarkan hasil kuesioner dari 16 orang responden masyarakat pengguna Grab di wilayah Kabupaten Ciamis dinyatakan sebagai berikut:



**Gambar 1. 3 Alasan Pelanggan Menggunakan Grab**

*Sumber : data diolah peneliti*

Berdasarkan diagram di atas, kalau aspek harga jadi pertimbangan paling tinggi untuk kebanyakan konsumen. Konsumen berpikiran kalau tarif grab lebih murah dibanding dengan tarif modal transportasi konvensional. Alasan yang paling tinggi kedua kenapa konsumen menggunakan grab yaitu karena cepat, kecepatan inilah yang menjadi salah satu alasan kuat dan lebih mengarah ke tempat tujuan dengan tepat waktu dan kemudahan dalam pengaksesan transportasinya. Sebaliknya kategori keamanan pelanggan lebih dibekangkan karena pelanggan lebih baik menggunakan transportasi dengan harga murah dibandingkan dengan kenyamanan dan keamanannya.

Disamping rasa kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan perusahaan. Dari hasil kuesioner terdapat komentar positif dan negative terhadap perusahaan transportasi Grab ini, dikarenakan mereka kebanyakan masih tidak puas dengan pelayanan karena beberapa hal misalnya dalam hal kendaraan yang tua lama sehingga pelanggan tidak nyaman dan mungkin driver kebut-kebutan saat membawa pelanggan, dengan begitu peneliti menemukan kunci yang menjadi permasalahan dalam pelayanan Grab terhadap Kepuasan Pelanggan di Kabupaten

Ciamis. Hal ini terbukti dengan hasil riset pendahuluan pada 16 Responden yang telah didapatkan oleh peneliti, sebagai berikut:

**Tabel 1. 1 Riset Pendahuluan tentang Kepuasan Pelanggan**

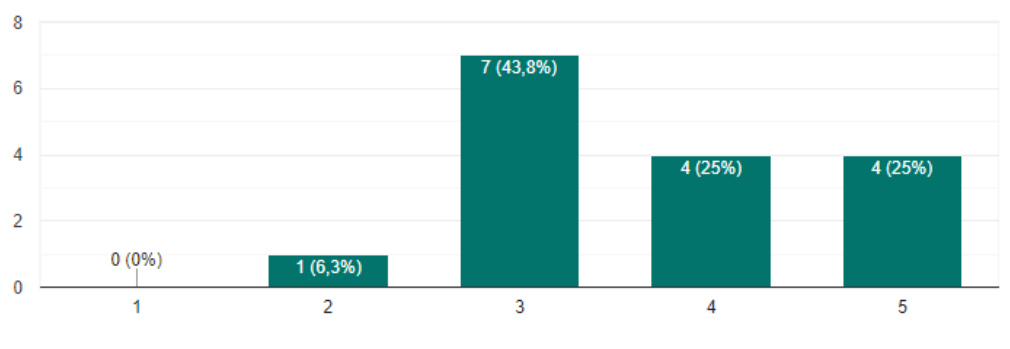
NO.	Pernyataan	Setuju	Tidak Setuju
1.	Pelanggan Grab merasa puas terhadap pelayanan dan akan tetap menggunakan Grab secara berulang	Setuju	
2.	Pelanggan tidak membutuhkan waktu yang terlalu lama untuk memesan Grab	Setuju	
3.	Pelanggan percaya Grab dapat menjamin (asuransi) ketika terjadinya kecelakaan yang mungkin terjadi	Setuju	
4.	Fasilitas yang diberikan pengemudi Grab kepada konsumen sesuai standar keamanan saat berkendara	Setuju	
5.	Pelayanan Driver yang tepat waktu saat pengantaran dan penjemputan.		Tidak Setuju

*Sumber : hasil kuesioner pendahuluan, 2020*

Dari hasil riset diatas bisa dijelaskan bahwa :

Responden yang setuju bahwa pelayanan yang sesuai dengan ekspektasi harapan pelanggan atau memenuhi kepuasan pelanggan sehingga pelanggan akan menggunakan jasa grab kembali dengan 93,8% dan sisanya 6,3% Tidak setuju karena kepuasan yang didapatkan tidak sesuai harapan dan kepuasan pelanggan belum terpenuhi. Pelanggan Grab di Kabupaten Ciamis membuktikan kepuasannya yaitu dengan kecepatan yang diberikan Grab dalam pemesanan yang cepat sebesar 87,5% dan sisanya 12,5% masih menilai ada keterlambatan dalam pemesanan. Dibalik pemesanan cepat Pelanggan Grab di Kabupaten Ciamis juga percaya akan

adanya asuransi ketika kecelakaan terjadi dan ini menimbulkan 62,6% yang percaya dan sisanya 37,4% ragu pada jaminan tersebut. Dengan melihat sisi dari jaminan pelanggan juga melihat dari segi fasilitas keamanan dalam berkendara dengan persentase sebesar 56,3% yang setuju jika kendaraan memenuhi keamanan dan sisanya 42,7% lainnya tidak setuju. 43,8% pelanggan setuju dalam pengantaran pelanggannya secara tepat waktu dan 56,2% nya masih merasakan ketidakpuasan dikarenakan ada beberapa kendala yang mungkin membuat ketepatan waktu pengantaran tidak sesuai harapan pelanggan. Sehingga bisa kita simpulkan berdasarkan nilai bintang satu sampai lima pada kepuasan pelanggan yang menilai berdasarkan hasil kuesioner dari 16 responden, sebagai berikut :



**Gambar 1. 4 Presentasi Kepuasan Pelanggan**

*Sumber : data diolah oleh peneliti*

Dilihat dari diagram persentase di atas bahwa kepuasan pelanggan positif baik dengan mendapatkan hampir 25% pada posisi nilai tinggi dinilai bintang lima. Posisi kepuasan pelanggan tertinggi ada di posisi bintang ketiga dengan hasil presentasi 43,8 % , bisa disimpulkan pelanggan merasa kepuasannya kurang dikarenakan ada beberapa layanan dan fitur-fitur baik dari aplikasinya atau driver grab itu sendiri. Pelayanan yang menjadi pemicu dalam pelayanan yang kurang memuaskan pelanggan berdasarkan pernyataan-pernyataan kuesioner yang peneliti dapatkan yaitu dari pelayanan waktu baik itu penjemputan dan pemesanan, dan kurangnya pengetahuan tentang lokasi yang dituju.

Peneliti menyimpulkan berdasarkan hasil penelitian terdahulu yaitu masih banyak kekurangan Perusahaan Grab yang ada di Kabupaten Ciamis dalam



melayanai pelanggan sehingga terjadi sebagian masyarakat pengguna Grab menyatakan ketidakpuasannya. Tentu setiap perusahaan termasuk perusahaan Grab telah memberikan kontribusi dalam pelayanan yang baik dengan inovasi-inovasi baru guna memudahkan pengguna transportasi onlinenya untuk beraktivitas. Untuk itu peneliti menyimpulkan bahwa pelayanan yang berkualitas sangatlah mempengaruhi kepuasan ekspektasi harapan pelanggan.

Dengan itu, peneliti tertarik untuk mengambil judul “ **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bisnis Jasa Transportasi Grab di wilayah Kabupaten Ciamis**”

## **B. Identifikasi Masalah**

Dilihat dari paparan latar belakang, peneliti mengidentifikasi beberapa hal yaitu:

1. Bukti fisik diduga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan karena merupakan salah satu faktor terpenting dalam memberikan pelayanan yang baik yang dilihat dari kendaraan driver yang memadai tidaknya serta membuat kenyamanan pelanggan selama perjalanan.
2. Pelanggan merasa tidak nyaman karena penjemputan yang lama dan tidak konsisten dalam memberikan pelayanan.
3. Sulitnya mendapatkan driver, ini dikarenakan ada beberapa driver yang malas dalam mengambil orderan misalnya dalam grabfood atau grabcar dengan jarak yang cukup jauh.
4. Pelanggan merasakan ketidaknyamanan saat berkendara dikarenakan ada beberapa kendaraan yang tidak menjamin pelayanannya puas misalnya aroma didalam mobilnya kurang sedap, ugal-ugalan saat diperjalanan ini akan mengurangi kepuasan mereka terhadap layanan Grab berikan kepada pelanggan.
5. Kurangnya kesopanan grab, yang dimana tatakrama driver yang kurang nyaman seperti kurang senyum, judes, dan ucapan salam.
6. Terdapat beberapa transportasi online yang diduga terjadi persaingan antara grab dan yang lainnya dalam pemberian kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

### **C. Rumusan Masalah**

Peneliti merumuskan masalah latar belakang ini menjadi tiga rumusan, diantaranya sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan meliputi dimensi Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Emphaty memiliki pengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan pada bisnis jasa transportasi Grab di wilayah Kabupaten Ciamis ?
2. Seberapa besar pengaruh secara simultan antara variabel kualitas pelayanan yang meliputi Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Emphaty terhadap Kepuasan Pelanggan pada bisnis jasa transportasi Grab di wilayah Kabupaten Ciamis ?
3. Manakah variabel yang paling berpengaruh dominan di antara variabel Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty terhadap Kepuasan Pelanggan pada bisnis jasa transportasi Grab di wilayah Kabupaten Ciamis ?

### **D. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini memiliki tujuan yang diambil berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan yaitu dengan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis variabel kualitas pelayanan meliputi Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Emphaty memiliki pengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan pada bisnis jasa transportasi Grab di wilayah Kabupaten Ciamis
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh secara simultan antara variabel kualitas pelayanan yang meliputi Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Emphaty terhadap Kepuasan Pelanggan pada bisnis jasa transportasi Grab di wilayah Kabupaten Ciamis
3. Untuk menguji variabel manakah yang berpengaruh paling dominan di antara variabel Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Emphaty terhadap Kepuasan Pelanggan pada bisnis jasa transportasi Grab di wilayah Kabupaten Ciamis

### **E. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang ditemukan dalam penelitian ini yaitu :

## 1. Kegunaan Teoritis

### a. Bagi Peneliti

Peneliti berharap dengan adanya teori-teori yang sudah diterapkan sebelumnya bisa bermanfaat bagi peneliti sendiri maupun untuk orang lain. Tujuan penelitian ini tentunya peneliti mendapatkan tambahan wawasan dalam mengenai kualitas pelayanan serta kepuasan pelanggan.

### b. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini mampu dijadikan referensi dalam penelitian selanjutnya khususnya mahasiswa yang memiliki variabel sama dengan objek yang berbeda.

## 2. Kegunaan Praktis

### a. Kegunaan bagi perusahaan

Peneliti berharap dengan penelitian ini perusahaan mampu meningkatkan akan kinerjanya supaya pelanggan mendapatkan kepuasan sesuai dengan ekspektasi yang diharapkan.

### 3. Kegunaan bagi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung

Untuk mahasiswa yang sedang melakukan penelitian diharapkan penelitian ini bermanfaat dan menambah referensi bagi UIN Sunan Gunung Djati Bandung itu sendiri.

## F. Kerangka Pemikiran

Dari hasil penelitian, latar belakang dan masalah yang peneliti rumuskan terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. Tjiptono (2007) menyatakan dalam upaya pemenuhan kebutuhan serta keinginan konsumen akan harapan pelanggan disebut sebagai kualitas pelayanan. Sehingga kualitas pelayanan ini merupakan penilaian konsumen terhadap tingkat layanan pada pengendalian serta keunggulan dalam pemenuhan keinginan sesuai dengan yang diharapkan.

Untuk menilai atau menentukan kualitas pelayanannya ada 5 dimensi utama kualitas pelayanan yang digunakan. (Tjiptono (2011:437)). Kotler dan Keller (2009:138-139) menyatakan akan ungkapan perasaan kecewa atau senang dengan

membandingkan kesannya terhadap kinerja (atau hasil) yang disesuaikan dengan ekspektasi pelanggan yaitu Kepuasan Pelanggan”.

Uma sekaran (2019) yang mengemukakan bahwa, kerangka pemikiran yaitu model konseptual yang diidentifikasi sebagai hal penting. Peneliti menyimpulkan bahwa kerangka pemikiran yaitu suatu gambaran hubungan antara konsep yang diteliti yang disesuaikan dengan masalah yang akan dijelaskan kedalam variabel-variabel dalam sebuah model penelitian.

Pada penelitian ini mengukur Tangible (X1), Reliability (X2), Responsiveness (X3), Assurance (X4) dan Empathy (X5) sebagai variabel independen dalam Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sebagai variabel dependen.

### 1. Hubungan Bukti fisik dengan Kepuasan Pelanggan

Salah satu yang mempengaruhi persepsi pelangganyaitu bukti fisik. Karena aspek fisik ini merupakan bagian terpenting sebagai alat ukur dari sebuah pelayanan. Bukti fisik tinggi maka harapan pelanggan akan tinggi. Untuk itu perusahaan Grab harus memberikan bukti fisik yang nyata seperti atribut, kendaraan dengan kondisi kendaraan yang baik dan mudah tampil pada aplikasi.

Hubungan bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan yaitu dari fisik yang memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Jika melakukan persepsi yang baik kepada pelanggan maka kepuasan akan meningkat. Sebaliknya jika pengaruh negative terhadap persepsi kepuasan pelanggan akan menurun dan tidak akan memesan kembali. Demikian hipotesis pertama yaitu :

**H1 = bukti fisik/ *tangible* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.**

### 2. Hubungan *Reliability* dengan Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono (2011) “kemampuan pelayanan yang dijanjikan untuk memuaskan yaitu disebut kehandalan”. Pelayanan pada dimensi keandalan ini merupakan kemampuan yang tepat meliputi pada kesesuaian kerja akan ketepatan waktunya, konsisten,serta sikap yang simpatik.

Hubungan kehandalan yaitu memiliki pengaruh yang positif. Tingginya persepsi pelanggan terhadap kehandalan perusahaan maka kepuasan yang

diharapkan akan sesuai ekspektasi, begitupun sebaliknya. Demikian didapatkan hipotesis kedua itu sebagai berikut :

**H2 : *Reliability* atau kehandalan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan**

### **3. Pengaruh *Responsiveness* dengan Kepuasan Pelanggan**

Menurut Tjiptono (2011) “*responsiveness* ini pemberian pelayanan secara daya tanggap guna membantu pelanggan. Dimensi ini lebih menekankan pada perilaku untuk memperhatikan permintaan dan kecermatan terhadap pelanggan. Daya tanggap dalam penelitian ini merupakan salah satu kesiapan driver Grab dalam memberikan layanan kepada konsumen. Ketika mengalami masalah pada kendaraan Grab seperti bannya bocor, maka daya tanggap ini dibutuhkan guna mengatasi sebuah permasalahan tersebut.

Pengaruh daya tanggap dengan kepuasan pelanggan itu memiliki nilai pengaruh yang positif. Semakin tingginya persepsi pelanggan terhadap daya tanggap perusahaan Grab maka kepuasan semakin tinggi, begitupun sebaliknya. Demikian hipotesis yang ketiga yaitu :

**H3 : *Responsiveness* atau daya tanggap memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.**

### **4. Pengaruh *Assurance* dengan Kepuasan Pelanggan**

*Assurance* yaitu pengetahuan mencakup, kompetensi, kesopanan yang bisa dipercaya yang dimiliki oleh para staf, keragu-raguan, bebas dari bahaya, dan resiko. Dimensi ini lebih menekankan akan kemampuan untuk menciptakan suatu kepercayaan pada diri pelanggan dengan menciptakan sopan santun.

Ketika penampilan seorang driver sopan tentu pelanggan tidak berpikir panjang untuk memesan grab. Pelanggan yang nyaman dan aman ketika Grab driver yang memiliki etika sopan santun akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Jika persepsi tinggi terhadap jaminan yang diberikan kepada pelanggan maka kepuasan akan semakin tinggi kepada sebuah perusahaan, begitupun sebaliknya. Demikian hipotesis yang keempat yaitu :

**H4 : *Assurance* atau Jaminan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.**

## 5. Pengaruh *Emphaty* dengan Kepuasan Pelanggan

Tjiptono mengartikan bahwa *emphaty* yaitu empati yang meliputi kemudahan dalam perhatian pribadi, relasi, pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan dan komunikasi yang baik. Dimensi ini lebih menekankan untuk peduli, pengertian peduli berarti memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik.

Terciptanya sebuah komunikasi yang baik dari driver Grab kepada konsumen. Jika Driver peduli dengan keselamatan pelanggan ini akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Semakin tinggi persepsi terhadap empati yang diberikan perusahaan maka kepuasan pelanggan tinggi, begitupun sebaliknya. Untuk itu, hipotesis kelima sebagai berikut :

**H5 : *Emphaty* atau empati berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.**

Berdasarkan pembahasan di atas peneliti menggambarkan akan seberapa besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan Pelanggan :



## Model Kerangka Pemikiran

### Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bisnis Jasa Transportasi Grab di wilayah Kabupaten Ciamis

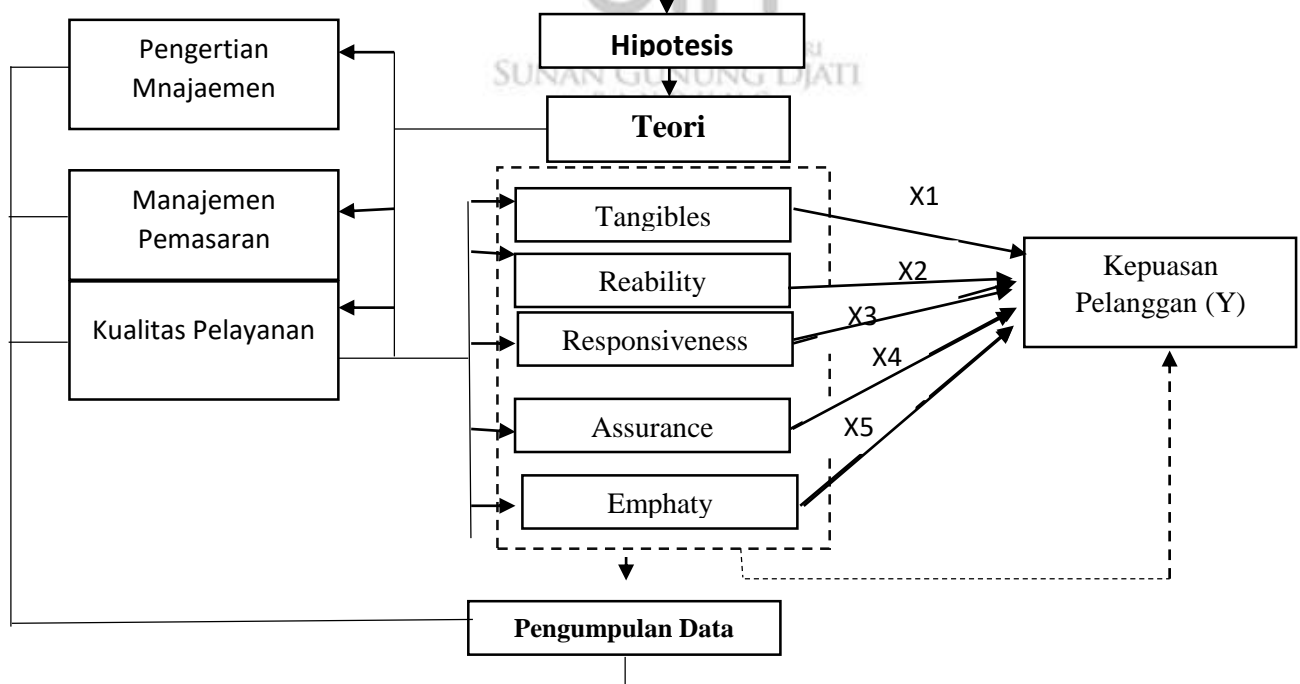
#### Latar Belakang Masalah

#### Identifikasi Masalah

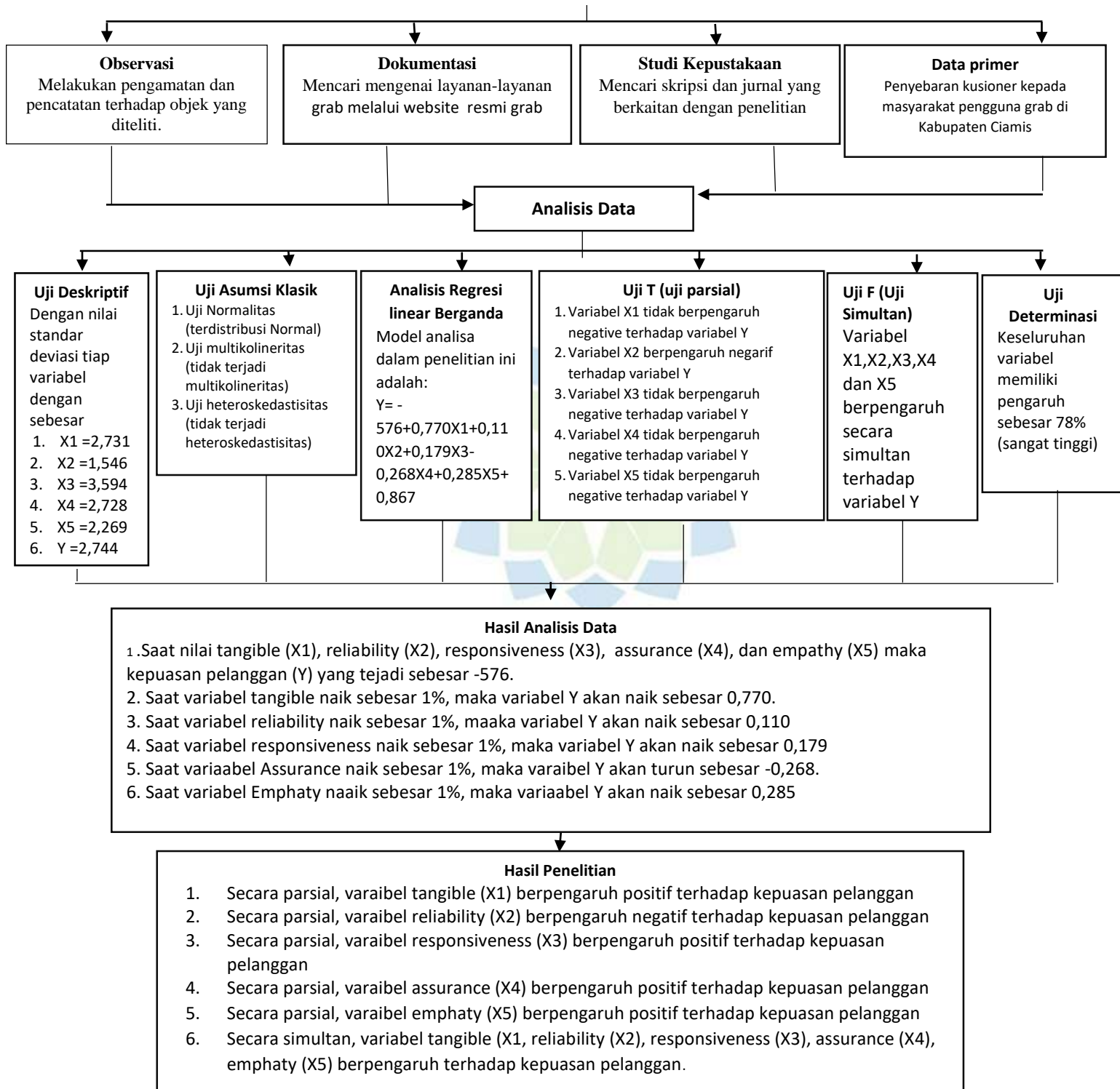
1. Bukti fisik diduga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan karena merupakan salah satu faktor terpenting dalam memberikan pelayanan yang baik yang dilihat dari kendaraan driver yang memadai tidaknya serta membuat kenyamanan pelanggan selama perjalanan.
2. Pelanggan merasa tidak nyaman karena penjemputan yang lama dan tidak konsisten dalam memberikan pelayanan.
3. Sulitnya mendapatkan driver, ini dikarenakan ada beberapa driver yang malas dalam mengambil orderan misalnya dalam grabfood atau grabcar dengan jarak yang cukup jauh.
4. Pelanggan merasakan ketidaknyamanan saat berkendara dikarenakan ada beberapa kendaraan yang tidak menjamin pelayanannya puas misalnya aroma didalam mobilnya kurang sedap, ugul-ugalan saat diperjalanan ini akan mengurangi kepuasan mereka terhadap layanan Grab berikan kepada pelanggan.
5. Kurangnya kesopanan grab, yang dimana tatakrama driver yang kurang nyaman seperti kurang senyum, judes, dan ucapan salam.
6. Terdapat beberapa tranpostasi online yang diduga terjadi persaingan antara grab dan yang lainnya dalam pemberian kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

#### Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis variabel kualitas pelayanan meliputi Tangible (Bukti Fisik), Reliability (Kehandalan), Responsiveness (Daya Tanggap), Assurance (Jaminan) dan Emphaty (Pehatian) memiliki pengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan pada bisnis jasa transportasi Grab di wilayah Kabupaten Ciamis
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh secara simultan antara variabel kualitas pelayanan yang meliputi Tangible (Bukti Fisik), Reliability (Kehandalan), Responsiveness (Daya Tanggap), Assurance (Jaminan) dan Emphaty (Pehatian) terhadap Kepuasan Pelanggan pada bisnis jasa transportasi Grab di wilayah Kabupaten Ciamis
3. Untuk menguji variabel manakah yang berpengaruh paling dominan di antara variabel Tangible (Bukti Fisik), Reliability (Kehandalan), Responsiveness (Daya Tanggap), Assurance (Jaminan) dan Emphaty (Pehatian) terhadap Kepuasan Pelanggan pada bisnis jasa transportasi Grab di wilayah Kabupaten Ciamis



## Lanjutan ..



**Gambar 1. 5 Kerangka Pemikiran**



**Sumber :** Data diolah oleh Peneliti, (2021)

### **G. Hipotesis**

Dua variabel atau lebih yang di perkirakan atas dugaan seseorang biasa disebut sebagai hipotesis. Digunnakannya hipotesis untuk menguji suatu ikatan praduga, diharapkan bahwa pemecahan bisa ditemukan dalam menanggulangi permasalahan yang dialami, Uma Sekaran( 2014: 135).

Sugiyono (2019) menyatakan bahwa jawaban sementara atau dugaan yang dinyatakan dalam perumusan masalah penelitian dengan pernyataan dalam sebuah kalimat diebut dengan hipotesis. Dikatakan hanya sementara itu dikarenakan jawaban yang diberikan harus didasarkan teori yang ada dan sifatnya belum sepenuhnya relevan.

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah dibuat, maka dapat dirumuskan sebagai berikut:

**Hipotesis 1 :** Di duga variabel kualitas pelayanan meliputi Tangible (Bukti Fisik), Reliability (Kehandalan), Responsiveness (Daya Tanggap), Assurance (Jaminan) dan Emphaty (Pehatian) secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada bisnis jasa transportasi Grab di wilayah Kabupaten Ciamis

**Hipotesis 2 :** Di duga variabel kualitas pelayanan yang meliputi Tangible (Bukti Fisik), Reliability (Kehandalan), Responsiveness (Daya Tanggap), Assurance (Jaminan) dan Emphaty (Pehatian) secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada bisnis jasa transportasi Grab di wilayah Kabupaten Ciamis

**Hipotesis 3 :** Di duga variabel Tangible/ bukti fisik yang berpengaruh dominan terhadap Kepuasan Pelanggan pada bisnis jasa transportasi Grab di wilayah Kabupaten Ciamis

## H. Penelitian Terdahulu

Berikut tabel penelitian terdahulu yang menjadi acuan penelitian, diantaranya :

**Tabel 1. 2 Penelitian Terdahulu**

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Perbandingan		Hasil Penelitian
			Persamaan	Perbedaan	
1.	Mr.Safie Saleh (2016)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT.BUS PRIMAJASA (Studi kasus pada pelanggan bus tujuan kota Bandung ke bandara Soekarno Hatta,Jakarta)	Variabel independen (X) terdiri dari Variabel X1 = <i>Tangible</i> X2 = <i>empathy</i> X3 = <i>responsiveness</i> X4 = <i>assurance</i> X5 = <i>reliability</i> Dan variabel dependen Variabel Y1 = harapan Y2 = Kinerja yang diharapkan	Variabel Y = objek penelitian	Dari hasil penelitian menjelaskan bahwa dimensi <i>tangible, responsiveness</i> , dan <i>emphaty</i> berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan penggunaan bus Primajasa dalam memberikan kinerja yang sesuai dengan harapan konsumen, berbeda dengan <i>reliability</i> dan <i>assurance</i> tidak

					berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dan hasil koefisien determinasi sebesar 83,1%.
2.	Agustinawati (2016)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Kuliner Dengan Pendekatan SERVQUAL	Variabel dependen X1= bukti fisik X2=kehandalan X3=daya tanggap X4= jaminan X5=empati Variabel dependen Y= kepuasan Konsumen	Perbedaan hanya terletak pada objek penelitian di variabel Y	Hasil dari penelitian ini bahwa <i>reliability, responsiveness, assurance</i> , dan <i>emphaty</i> berpengaruh signifikan sedangkan <i>tangible</i> tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen di bisnis kuliner di kota Lheksumawe. Dengan nilai R sebesar 75,4%.

3.	Tri Ulfa Wardani (2017)	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi Gojek (studi kasus Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara)	<p>Variabel X1 = <i>Tangible</i></p> <p>X2 = empathy</p> <p>X3 = responsiveness</p> <p>X4 = assurance</p> <p>X5 = reliability</p> <p>Variabel Y = Kepuasan Pelanggan</p>	<p>Dari lima variabel dalam penelitian ini hanya satu yang berpengaruh secara signifikan yaitu variabel reliability sedangkan variabel lainnya tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan</p>	<p>Dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa reliability berpengaruh atau dikatakan signifikan dan <i>tangible, responsiveness, assurance</i> dan <i>emphaty</i> tidak berpengaruh secara signifikan. Tetapi jika dilihat dari nilai Fhitung dari kelima dimensi variabel tersebut berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan atau variabel Y. Dengan</p>
----	-------------------------	--	--	--	--

					memiliki nilai determinasi sebesar 55,8%.
4.	Anjani Puspasari Hamzah (2017)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Soreang	Variabel X = Pendekatan SERVQUAL Variabel Y = Kepuasan Pelanggan	Variabel X = lokasi Variabel Y = perbedaan ada pada objek penelitiannya	Hasil penelitian menunjukkan bahwa peneliti terdahulu menggunakan variabel lokasi sebagai acuan yang berpengaruh pada kepuasan pelanggan selain dari kualitas layanan yang diberikan pada rumah makan Soreang tersebut. Dengan hasil Rsquare sebesar 36%.
5.	Risa Happyrilia (2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek (Studi kasus pada mahasiswa Fisip	Variabel independen (X) terdiri dari Variabel X1 = <i>Tangible</i> X2 = <i>empathy</i>	Variabel Y = objek penelitian	Dari hasil penelitian menyatakan bahwa lima dimensi kualitas pelayanan berpengaruh

		<p>UIN Sunan Gunung Djati Bandung periode 2017-2018)</p>	<p>X3 = <i>responsiveness</i></p> <p>X4 = <i>assurance</i></p> <p>X5 = <i>reliability</i></p> <p>Dan variabel dependen</p> <p>Variabel Y1 = harapan</p> <p>Y2 = Kinerja yang diharapkan</p>		<p>pada harapan-harapan serta kinerja yang dihasilkan dalam memberikan kualitas jasa transportasi Gojek dikalangan Mahasiswa UIN sunan gunung Djati Bandung. Dengan hasil Rsquare sebesar 51,4%.</p>
6.	Nurul Arifin (2019)	<p>Pengaruh Komitmen Organisasi Terhadap Kualitas Pelayanan Konsumen (studi pada PT.Grab Indonesia di Kota Bandung)</p>	<p>Variabel Y = kualitas pelayanan</p>	<p>Variabel X = peneliti terdahulu menggunakan variabel independennya Komitmen Organisasi</p> <p>Dan untuk variabel Y ada pada tempat objek penelitian.</p>	<p>Hasil dari penelitian tersebut mengungkapkan bahwa afektif komitmen sangat berpengaruh pada kualitas pelayanan yang lebih menjurus pada tanggapan organisasi dalam</p>

					penyelenggara n layanan terhadap keinginan atau harapan yang diterima. Nilai determinasi yang dihasilkan sebesar 25,1 %.
7.	Muhammad Faqih IkhsaN (2019)	Pengaruh Kepercayaan Konsumen Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Online Shop Lazada Indonesia (studi mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2015- 2018)	Variabel independen (X)  X1= kualitas pelayanan  Variable dependen (Y)  Y1= kepuasan pelanggan	Variabel X = kepercayaan konsumen  Variabel Y = objek penelitian dan tahun penelitiannya	Hasil penelitian peneliti terdahulu menjelaskan bahwa kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sedangkan kepercayaan bernilai tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dari hasil penelitian nilai Rsquare

					yang didapatkan sebesar 58,5%.
8.	Muhammad Zuldy Aprianto (2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online (Studi Kasus Grab Indonesia) di Makassar	Variabel X = kualitas pelayanan Variabel Y = kepuasan pelanggan	Perbedaan terletak pada objek penelitian pada variabel Y	Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari reability, responsiveness dan empathy terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Sedangkan <i>tangible</i> dan <i>assurance</i> tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dengan hasil Rsquare sebesar 98,3%.



9.	Nur Desi Susanti (2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Taksi Online (Grab) Pada Mahasiswa Manajemen Bisnis Syari'ah Universitas Muhamadiyah Sumatera Utara	Variabel x= kualitas Pelayanan Variabel Y = Kepuasan Pelanggan	Perbedaan terletak pada objek dan tempat penelitian	Dari hasil penelitian ini dijelaskan $R^2 =$ 0,561 yang berarti menjelaskan besarnya pengaruh <i>tangible</i> , <i>reliability</i> , <i>responsiveness</i> , <i>assurance</i> , dan <i>empathy</i> terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 56,1 % dan sisanya 43,9 % dijelaskan variabel lainnya.
----	-------------------------------	--	---	---	--