

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era revolusi industri 4.0 telah membawa dampak perubahan pada kehidupan manusia. Era ini salah satunya ditandai dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi, yang mampu mengintegrasikan seluruh rangkaian aktivitas pekerjaan ke dalam dunia virtual tanpa harus bertemu secara langsung. Kemajuan yang sangat pesat di bidang teknologi informasi memberikan pengaruh yang besar terhadap berbagai aspek kehidupan manusia. Saat ini bisa kita lihat banyak bermunculan layanan – layanan yang berbasis digital, yang bisa menjangkau langsung pada pelanggan dan dapat mempermudah segala aktivitas dalam kehidupan sehari-hari.

Dari beberapa layanan yang berbasis digital, ada suatu ide untuk membuat layanan transportasi *online*. Kehadiran transportasi *online* yang menggunakan internet sebagai mediana sangat berpengaruh bagi masyarakat dalam melakukan aktivitas untuk kelangsungan hidup, transportasi *online* juga sangat membantu untuk mempersingkat waktu dalam menemukan atau mencari transportasi sehingga dapat efektif dan efisien. Perkembangan teknologi informasi telah merambah ke layanan yang berbasis digital yang ditandai dengan munculnya transportasi *online* yaitu Gojek.

Gojek merupakan industri teknologi informasi transportasi yang menyediakan layanan transportasi *online* dengan sejumlah keunggulan yaitu kemudahan penggunaan, waktu tunggu yang singkat, serta harga yang terjangkau. Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki pangsa pasar bisnis jasa transportasi berbasis digital. Kondisi ini didukung dengan pengguna internet di Indonesia, dari total 171,17 juta jiwa (64,8%) merupakan pengguna internet (APJII, 2019). Tentunya ini merupakan peluang besar bagi penyedia layanan yang bergerak dalam bisnis transportasi berbasis digital.

Namun, kondisi perekonomian global saat ini dihadapkan dengan permasalahan yang serius, penyebabnya tidak lain adalah *Corona Virus Disease* (COVID-19). Penyebaran virus ini terbilang sangat cepat dan sudah sampai ke beberapa negara di belahan dunia. Virus ini telah menjadi pandemi global yang akan sangat berdampak terhadap kestabilan perekonomian salah satunya dunia usaha. Gojek merupakan salah satu sarana transportasi *online* yang telah merasakan dampak dari pandemi COVID-19. Dari sudut pandang bisnis transportasi *online*, gejala ini membuat beberapa sarana transportasi *online* di Indonesia mengalami penurunan *order* yang berdampak terhadap penghasilan *driver*. Pandemi COVID-19 saat ini telah mengubah pola interaksi dan gaya hidup manusia. Adanya pemberlakuan “*physical distancing*” serta imbauan untuk melakukan isolasi mandiri di rumah atau yang dikenal dengan istilah “*stay at home*” menyebabkan ruang gerak terbatas dan minim mobilitas. Keamanan akan ancaman penularan COVID-19 akan berdampak terhadap loyalitas pelanggan untuk menggunakan layanan fitur *go-ride* pada aplikasi Gojek.

Oleh karena itu, kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap merk akan menjadi faktor penting dalam meningkatkan atau menimbulkan rasa loyalitas bagi pelanggan Gojek. Kualitas pelayanan ini menjadi penting karena akan berdampak langsung pada citra perusahaan. Kualitas pelayanan bertujuan untuk menjaga pelanggan agar pelanggan merasa diperhatikan segala kebutuhannya, menciptakan kepercayaan pelanggan terhadap jasa yang di tawarkan serta mempertahankan pelanggan. Kepercayaan terhadap merk juga memegang peranan yang penting karena dapat menciptakan loyalitas pelanggan. Kepercayaan yang diberikan pelanggan terhadap merk merupakan suatu aset bagi perusahaan. Perusahaan yang telah memperoleh kepercayaan pelanggan terhadap merk akan sulit bagi perusahaan lain untuk mengalihkan perhatian pelanggan kepada mereka.

Kepercayaan terhadap merk juga dapat mengurangi ketidakpastian dalam sebuah lingkungan, di mana pelanggan merasa tidak aman di dalamnya, karena mereka mengetahui bahwa mereka dapat mengandalkan merk yang sudah dipercaya. Kepercayaan terbangun karena adanya harapan bahwa pihak lain akan bertindak sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Kepercayaan pelanggan terhadap suatu merk sebagian besar terjadi apabila merk produk tersebut mampu memenuhi konsep diri, kebutuhan dan nilai.

Aktivitas sosial ekonomi kembali mulai dibuka oleh pemerintah dengan protokol kesehatan yang wajib diterapkan atau dapat disebut juga *new normal*. Kenormalan baru adalah sebuah istilah dalam bisnis dan ekonomi yang merujuk kepada kondisi-kondisi keuangan usai krisis keuangan 2007–2008, resesi global 2008–2012, dan pandemi COVID-19, (*Wikipedia*).

Sejak saat itu, istilah tersebut dipakai pada berbagai konteks lain untuk mengimplikasikan bahwa suatu hal yang sebelumnya dianggap tidak normal atau tidak lazim, kini menjadi umum dilakukan. *New normal* dilakukan sebagai upaya persiapan untuk beraktivitas di luar rumah seoptimal mungkin, sehingga dapat beradaptasi dalam menjalani perubahan perilaku yang baru. Perubahan pola hidup ini diikuti dengan menjalani protokol kesehatan sebagai pencegahan penyebaran dan penularan COVID-19. Di era *new normal*, kegiatan masyarakat dapat berjalan kembali, baik itu perkantoran, restoran, maupun transportasi *online*.

Sebagian sudah bekerja di kantor dan terdapat juga yang melakukan pekerjaan dari rumah atau disebut *Work From Home* (WFH). Ketika diterapkannya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) terdapat sebagian restoran yang tidak beroperasi dan ada juga yang hanya melayani pesanan *online* saja. Ketika PSBB tidak terlalu diperketat dan regulasi *new normal* diberlakukan, restoran menyesuaikan operasionalnya menggunakan prosedur baru. Walaupun sebagian daerah di Indonesia telah beralih ke *new normal*, namun tidak semua masyarakat kembali melakukan kegiatan sebagaimana lazimnya.

Transportasi *online* juga telah beraktivitas serta menjalankan standar *new normal* pun didapati belum banyak diminati penumpang. Pilihan fitur *Go-Ride* pada aplikasi Gojek kembali diaktifkan setelah beberapa saat non-aktif terkait adanya larangan menerima penumpang. Akan tetapi, masih sedikit masyarakat memanfaatkan Gojek sebagai sarana transportasi.

Sementara itu, layanan pesan antar makanan dan barang masih tetap berlangsung sebagaimana biasanya. Walaupun demikian, tetap menerapkan aturan yang ditentukan oleh pemerintah, prosedurnya dijalankan sesuai aturan *new normal* dan masih terdapat pembatasan dalam jangkauan pengantaran maupun penjemputan.

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas maka penulis telah menetapkan judul dalam penelitian ini, yaitu **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Merk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Gojek Di Era New Normal”**.

1.2 Rumusan Masalah

Untuk mempermudah dalam melakukan penelitian ini, Adapun permasalahan yang diangkat peneliti, yaitu :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Gojek di era *new normal* ?
2. Apakah kepercayaan merk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Gojek di era *new normal* ?
3. Apakah kualitas pelayanan dan kepercayaan merk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Gojek di era *new normal* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah diatas, peneliti memiliki tujuan dalam penelitian ini, adapun tujuan yang peneliti harapkan dari penelitian ini, yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Gojek di era *new normal*.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan merk terhadap loyalitas pelanggan pada Gojek di era *new normal*.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan merk terhadap loyalitas pelanggan pada Gojek di era *new normal*.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini, yaitu :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai kualitas pelayanan dan kepercayaan merk terhadap loyalitas pelanggan pada perusahaan bisnis jasa transportasi *online* yang terdampak COVID-19, serta juga diharapkan sebagai sarana pengembangan ilmu pengetahuan yang secara teoritis dipelajari di bangku perkuliahan.

2. Manfaat Praktis

- Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana yang bermanfaat dalam mengimplementasikan pengetahuan penulis tentang kualitas pelayanan dan kepercayaan merk terhadap loyalitas pelanggan.

- Bagi Akademis

Sebagai bahan referensi dan kajian bagi pembaca untuk melakukan penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan kualitas pelayanan dan kepercayaan merk terhadap loyalitas pelanggan.

- Bagi Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan dan saran kepada perusahaan Gojek agar lebih memperhatikan pelayanannya dan dapat menciptakan kepercayaan pelanggan terhadap Gojek serta dapat menimbulkan rasa loyalitas di hati pelanggan pada Gojek di era *new normal*.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Agar penelitian ini lebih terarah dan berjalan dengan baik, maka perlu kiranya dibuat suatu batasan masalah. Adapun ruang lingkup permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini, yaitu bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan merk terhadap loyalitas pelanggan pada Gojek di era *new normal*.

1.6 Sistematika Penulisan

Adanya sistematika penulisan dalam penelitian ini agar dapat memberikan gambaran untuk memahami secara jelas mengenai penelitian ini. Adapun rincian sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis memberikan penjelasan mengenai latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini penulis akan memberikan penjelasan tentang landasan teori yang berupa pengertian dan definisi berkaitan dengan penelitian ini. Ada juga hubungan antar variabel, penelitian terdahulu, kerangka berpikir, dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini penulis menjelaskan tentang objek dan subjek penelitian, variabel penelitian, operasional variabel, metode pengumpulan data, populasi dan sampel, teknik pengukuran variabel dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis akan membahas tentang sejarah perusahaan, visi dan misi perusahaan, struktur organisasi perusahaan, serta pembahasan penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan serta memberikan saran.

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**