

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertumbuhan teknologi data pada era saat ini sangat maju, dengan berjalannya waktu teknologi data sudah menjadi kebutuhan yang sangat berarti, sebab teknologi dikala ini ini banyak digunakan untuk memenuhi kebutuhan nyaris seluruh aktivitas manusia dalam kesehariannya. Salah satu teknologi data yang sangat tumbuh dengan pesat ialah internet, dengan adanya internet kita bisa mendapatkan serta membagikan bermacam data apapun dengan sangat gampang. Internet pula mempunyai khasiat yang besar bagaikan kesempatan bisnis ataupun usaha.¹ Bisnis yang lagi tumbuh dikala ini salah satunya yakni *e- bussiness*.

Di Indonesia Pengguna internet setiap tahun terus mengalami peningkatan, Seiring dengan perkembangan internet yang sangat cepat menyebabkan dunia bisnis di Indonesia mengalami banyak sekali perubahan. Perkembangan yang pesatnya dalam penggunaan internet di Indonesia memicu pertumbuhan *e-businness*. Perlahan-lahan perkembangan *e-bussinness*-pun mengubah pola konsumsi masyarakat, salah satunya masyarakat Kota Kediri. Misalnya dalam menggunakan jasa transportasi, mereka pada umumnya lebih memilih transportasi *online* daripada transportasi umum atau konvensional, hal ini merupakan salah satu bukti meningkatnya pola transportasi di kalangan masyarakat. Ojek *Online* merupakan transportasi yang berbasis aplikasi tertentu

¹ Akadun, *Teknologi Informasi Administrasi*, (Bandung: Alfabeta, 2009), 121

dimana konsumen harus memesan transportasi tertentu melalui aplikasi didalam *smartphone* mereka. dengan adanya perusahaan ojek *online*, konsumen tidak perlu lagi mencari-cari pangkalan ojek atau menunggu lama di pinggir jalan. Saat terjadi kemacetan, penumpang juga tidak perlu khawatir mengenai tarif, karena tarif yang ditentukan diawal perjalanan sudah berdasarkan jarak tempuh. Perubahan ini yang dimanfaatkan para pelaku usaha untuk memulai bisnis ojek *online*.² Salah satu transportasi *online* yang sedang berkembang di kota Kediri adalah ojek *Online* Grab.

Hampir disetiap sudut jalan Kota Kediri selalu menemui jasa ojek *online* Grab. Yang mana hanya dengan sebuah *smartphone* kita bisa mengakses aplikasi Grab dengan mudah, detail pemesanan seperti harga, jarak tempuh, lama waktu pengemudi tiba ke lokasi konsumen, identitas pengemudi, langsung tersaji pada layar *smartphone* konsumen. Identitas pengemudi semuanya sudah bisa diketahui diaplikasi ojek *online*, karena perusahaan pengelola telah melakukan proses verifikasi terlebih dahulu sebelum melakukan kerjasama dengan pengemudi.

Perusahaan Grab ini mengklaim bahwa mereka merupakan perusahaan transportasi *online* nomor satu se-Asia Tenggara. Tujuan perusahaan ini menjadi titik terang dari permasalahan yang berkaitan dengan kurangnya minat masyarakat untuk menggunakan transportasi umum karena tidak adanya jaminan keamanan, karena rendahnya kualitas angkutan umum atau konvensional, serta ongkos yang tinggi, dimana masyarakat mulai kurang menyukai transportasi

² Hanggaararas S., “Analisis Kelayakan Layanan Go-jek Sebagai Moda Transportasi di Yogyakarta”, (Yogyakarta: Universitas Atma Jaya, 2017), 5

umum jenis ini. Perusahaan Grab meningkatkan layanan aplikasi yang lain semacam *Grabtaxi*, *Grabcar*, *Grabbike*, *Grabexpress*, *Grabfood*, *Grabticket*, *Grabvideo* dan *Grabhealth*. Di Indonesia Grab sudah jadi salah satu angkutan *universal* yang luar biasa dengan menyediakan akses-akses kemudahan di segala wilayah.³ Keunggulan dari industri jasa Grab ini sistem pembayarannya bisa dicoba dengan kilat dan gampang, tidak hanya itu pada layanan *Grabbike* industri ini kerap membagikan kode promo yang bisa digunakan untuk memperoleh potongan harga dari harga awal, sehingga keunggulan inilah yang membuat konsumen lebih tertarik serta puas menggunakan *Grabbike*.

Salah satu kesuksesan dalam usaha adalah yaitu kepuasan konsumen. Pemenuhan kepuasan konsumen inilah yang sangat penting bagi sebuah perusahaan yang menjalankan bisnisnya.⁴ Untuk mengoptimalkan kinerja suatu industri hingga industri tersebut wajib berupaya keras untuk menguasai kebutuhan serta kemauan konsumennya.⁵ Dengan menguasai kebutuhan serta kemauan konsumennya hingga hendak berikan masukan yang sangat berarti untuk industri merancang strategi pemasaran kedepannya supaya bisa menghasilkan kepuasan untuk konsumennya. Jadi prioritas utama bagi perusahaan yang sedang menjalankan sebuah bisnis yaitu kepuasan konsumennya.

Ma'had Darul Hikmah IAIN Kediri terletak di Jl. Jokoriyo No 07, Ngronggo, Kec. Kota Kediri, Kota Kediri, Jawa Timur. Ma'had ini dihuni sebanyak 131

³ <http://www.Grab.com/id/transport/>, diakses pada 19 Maret 2020, pukul 07.07 WIB

⁴ J Paul Peter, Jerry C Colson, *Consumer Behavior*, (Jakrta: Erlangga, 1999), 11

⁵ Kotler Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* Edisi Bahasa Indonesia, (Jakarta: Erlangga, 2001), 332

santri yang mana semuanya adalah mahasiswa IAIN Kediri semester 2 dan 4. Santri Ma'had Darul Hikmah tidak diperbolehkan membawa kendaraan sepeda motor di dalam ma'had. Dengan adanya jasa ojek *online* *Grabbike* bisa sedikit membantu mereka yang ingin berpergian namun tidak mempunyai kendaraan. *Grabbike* dapat mengantarkan santri ke tempat yang mereka tuju, seperti saat hari libur kuliah atau saat ingin pulang ke kampung halaman mereka, sehingga mereka sangat terbantu untuk mengantar mereka pulang dan pergi ke tempat yang diinginkan.

Tabel 1.1

Data pengguna Transportasi Online pada santri Ma'had Darul Hikmah

Transportasi Online	Responden
Gojek	25
Grab	106
In driver	0
Total	131

Sumber : Data Observasi⁶

Hasil observasi menunjukkan bahwa santri Ma'had Darul Hikmah sebagian dari mereka menggunakan transportasi online berupa Grab yang dibuktikan sebanyak 106 orang memilih Grab, 25 orang memilih Gojek dan tidak ada

⁶ Data Hasil Observasi, 01 Maret 2020

satunya yang menggunakan InDriver karena transportasi ini masih baru di kota Kediri.

Tabel 1.2

Jumlah santri yang menggunakan layanan pada aplikasi Grab

Layanan Grab	Responden
<i>Grabtaxi</i>	0
<i>Grabcar</i>	5
<i>Grabbike</i>	66
<i>Grabfood</i>	20
<i>grabvideo</i>	0
<i>Grabfresh</i>	0
<i>Videohealth</i>	0
<i>Grabexpress</i>	15
Total	106

Sumber : Data Hasil Observasi⁷

Tabel 1.2 menunjukkan bahwa dari banyaknya layanan yang disediakan oleh Grab, santri Ma'had Darul Hikmah paling banyak menggunakan layanan *Grabfood* sebanyak 20 orang, *Grabexpress* sebanyak 15 orang, *Grabcar* sebanyak 5 orang dan paling banyak santri menggunakan layanan *Grabbike* yaitu

⁷ Data Hasil Observasi, 01 Maret 2020

sebanyak 66 orang. Mereka memilih layanan tersebut karena seringnya layanan *Grabbike* memberikan promo potongan harga yaitu dengan memberika potongan harga sampai dengan 50% tetapi dengan jangka waktu yang tertentu, Sehingga santri yang memiliki uang saku pas-pasan masih dapat menggunakan layanan *Grabbike* ini. Potongan harga yang diberikan pihak *Grabbike* tidak hanya pengguna OVO, tetapi juga berlaku untuk pembayaran tunai. Berdasarkan survey yang dilakukan, santri Ma'had Darul Hikmah mempunyai tingkat kepuasan sebagai berikut :

Tabel 1.3
Data jumlah pemakaian layanan *GrabBike*

Jumlah Pemakaian	Jumlah Santri
Menggunakan hanya 1 kali	0
Menggunakan >1 kali	66
Total	66

Sumber : Data Hasil Observasi⁸

Dari tabel 1.3 dapat diketahui bahwa jumlah pemakaian layanan *Grabbike* seluruh santi Ma'had Darul Hikmah adalah lebih dari 1 kali penggunaan. Artinya, 66 santri Ma'had memiliki kepuasan terhadap layanan *Grabbike*, mengingat syarat seseorang puas jika sudah melakukan pembelian berulang minimal 2 kali.

⁸ Data Hasil Observasi, 01 Maret 2020

Melihat berbagai faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen ada 5 aspek yang mempengaruhi kepuasan konsumen ialah kualitas produk, kualitas pelayanan, emosi dan biaya. Berikut adalah hasil observasi yang telah dilakukan peneliti.

Tabel 1.4
Indikator faktor kepuasan konsumen

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	Jumlah
Kualitas Produk	0
Kualitas layanan	5
Emosi	3
Harga	30
Biaya dan kemudahan	2
Total	40

Sumber : Data Hasil Observasi⁹

Melihat dari tabel 1.4 faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yang terbanyak atau pertama yaitu dipengaruhi oleh harga yang dibuktikan sebanyak 30 orang yang memilih Harga. Harga ialah salah satu aspek yang berpengaruh terhadap tingkatan kepuasan konsumen. Karena konsumen saat sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk atau jasa senantiasa memikirkan harga

⁹ Data Hasil Observasi, 01 Maret 2020

terlebih dahulu, tawaran mana yang dianggapnya cocok dengan keinginannya serta memnyamakan harga dengan yang lain. Harga ialah jumlah uang yang dibebankan untuk suatu produk ataupun jasa ataupun jumlah dari nilai yang diganti konsumen atas manfaat- manfaat dari sebuah produk ataupun jasa tersebut yang sudah dimilikinya.¹⁰ Harga selalu menjadi bahan evaluasi bagi konsumen. Oleh karena itu, layanan *Grabbike* mematok harga sesuai dengan ketentuan masing-masing dengan memperhitungkan jarak tempuh yang akan dituju. Akan tetapi, pada layanan *Grabbike* ini juga memberikan kode promo pada konsumennya dalam bentuk potongan harga, sehingga konsumen membayar lebih murah dari harga awal. Harga sesudah mendapatkan potongan dapat diketahui langsung pada aplikasi Grab saat melakukan transaksi. Hal ini yang membuat konsumen puas memilih layanan *Grabbike*.

Kepuasan konsumen merupakan sepanjang mana khasiat suatu produk cocok dengan apa yang diharapkan pelanggan.¹¹ Bagi Kotler kepuasan pelanggan merupakan tingkatan perasaan seorang sehabis membandingkan kinerja (ataupun hasil) yang dia rasakan dibanding dengan harapannya. Kepuasan konsumen ialah suatu anggapan terhadap kinerja produk ataupun jasa yang dipilih untuk memenuhi ataupun melebihi harapan saat sebelum melakukan pembelian. Apabila anggapan terhadap kinerja tidak terpenuhi sesuai harapan, maka yang terjalin merupakan ketidakpuasan.¹² Berdasarkan latar belakang diatas, maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul “**Pengaruh Harga**

¹⁰ Kotler dan Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* Edisi Bahasa Indonesia, (Jakarta: Erlangga, 2001), 339

¹¹ Taufiq Amir, *Dinamika Pemasaran*, (Jakarta: PT Raja Persada, 2005), 13

¹² Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: CV ANDI, 2014), 354-355

Terhadap Kepuasan Konsumen *Grabbike*” Studi Kasus Pada Konsumen *Grabbike* Santri Ma’had Darul Hikmah Ngronggo Kota Kediri

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana pengaruh harga *Grabbike* pada santri Ma’had Darul Hikmah Ngronggo Kota Kediri?
2. Bagaimana kepuasan konsumen *Grabbike* santri Ma’had Darul Hikmah Ngronggo Kota Kediri?
3. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen *Grabbike* antri Ma’had Darul Hikmah Ngronggo Kota Kediri?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian diatas, ada beberapa tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga *Grabbike* pada santri Ma’had Darul Hikmah Ngronggo Kediri.
2. Untuk mengetahui kepuasan konsumen *Grabbike* santri Ma’had Darul Hikmah Ngronggo Kota Kediri.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen *Grabbike* santri Ma’had Darul Hikmah Ngronggo Kota Kediri.

D. Mnafaat Penelitian

1. Bagi penulis

Diharapkan agar dapat menambah pengetahuan dan menerapkan ilmu pengetahuan dan berbagai teori yang sudah penulis pelajari kedalam dunia nyata.

2. Bagi perusahaan

Diharapkan agar memberikan pertimbangan tersendiri khususnya bagi perusahaan dalam meningkatkan kepuasan konsumen melalui harga yang diberikan.

3. Bagi akademik

Diharapkan agar memberikan pengetahuan dan menambah referensi dalam penelitian selanjutnya, terutama yang berkaitan dengan kepuasan konsumen, sehingga penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan dalam melaksanakan penelitian selanjutnya.

E. Telaah Pustaka

Untuk memecahkan sebuah masalah dan mencapai sebuah tujuan sebagaimana yang sudah diungkapkan diatas, maka perlu dilakukannya kajian pustaka guna mendukung hasil penelitian dan dapat diperoleh asil yang maksimal sebagaimana yang diharapkan. Adapun beberapa penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya yang berkaitan dengan tema dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Skripsi oleh Miftachul Amilin (2015) mahasiswa IAIN Kediri "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Anggota di Koperasi Syariah Serba Usaha Harum Dhaha Kediri*" Jenis penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif yang memakai jenis penelitian korelasi. Metode pengumpulan datanya menggunakan angket, dan dokumentasi. Teknik pengujian data yang dipergunakan adalah uji regresi sederhana. Dari hasil uji regresi didapatkan nilai koefisien korelasi yang ditunjukkan oleh r^2

sebesar 0,165. Angka ini berarti bahwa variabel kepuasan anggota mampu dijelaskan oleh variabel kualitas layanan sebesar 16,5%. Persamaan regresi menunjukkan bahwa $Y=22,154 + 0,370X$. Hal ini berarti bahwa adanya keberadaan variabel X (Kualitas Layanan) memberikan pengaruh kepada variabel Y (Kepuasan Anggota) sebesar 0,37. Kontribusi x terhadap y sebesar 16,5% sehingga 83,5% dipengaruhi variabel pelayanan, kualitas produk harga dan promosi.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Miftachul Amilin adalah sama-sama mengkaji kepuasan konsumen, dan jenis penelitiannya adalah metode kuantitatif, sedangkan perbedaannya dalam penelitian yang akan dilakukan peneliti yakni variabel x yaitu harga dan objek penelitiannya adalah konsumen *Grabbike*.

2. Skripsi oleh Annisa Susanti dengan judul "*Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (Studi pada PDAM Unit Sugio Kabupaten Lamongan) pada tahun 2019*". Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil uji t diperoleh, nilai t hitung = 5,946 > nilai t tabel = 1,988 dan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima bahwa ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan uji koefisien determinasi parsial, nilai *R Square* yaitu sebesar 0,269. Hal ini berarti 26,9% kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan, sedangkan sisanya yaitu sebesar 73,1% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel-variabel lainnya seperti kualitas produk, emosional, harga, serta biaya dan kemudahan.

Persamaan dengan penelitian sebelumnya adalah pada variabel independen yaitu kepuasan dan metode penelitian yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif. Sedangkan perbedaannya adalah pada letak variabel bebas dan Objek yang diteliti juga berbeda.

3. Penelitian Miftachul Amilin mahasiswa Jurusan Syariah Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Kediri tahun 2015 yang berjudul "*Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Anggota di Koperasi Syariah Serba Usaha Harum Dhaha Kediri*" jenis penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif yang memakai penelitian jenis penelitian korelasi. Metode pengumpulan datanya menggunakan angket dan dokumentasi. Teknik pengujian data yang digunakan adalah uji sederhana. Dari hasil uji regresi didapatkan nilai koefisien korelasi yang ditunjukkan oleh *r square* sebesar 0,165. Angka ini berarti bahwa variabel kepuasan anggota mampu dijelaskan oleh variabel kualitas layanan sebesar 16,5%. Persamaan regresi menunjukkan bahwa $Y=22,154 + 0,370X$, hal ini berarti bahwa adanya keberadaan variabel X (Kualitas Layanan) memberikan sumbangsih pengaruh epada variabel Y (Kepuasan Anggot) sebesar 0,37. Kontribusi x terhadap y sebesar 16,5% sehingga 83,5% dipengaruhi variabel pelayanan, kualitas produk, harga dan promosi.

Persamaan dengan penelitian sebelumnya adalah pada variabel independen yaitu kepuasan dan metode penelitian yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif. Sedangkan perbedaannya adalah pada letak variabel bebas dan Objek yang diteliti juga berbeda.

4. Penelitian Sri Hartatik mahasiswi FEBI Universitas Dian Niswantoro Semarang Tahun 2017 yang berjudul “*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfication Sebagai Variabel Intervaning* (studi pada Go-Jek di Kota Semarang)”. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner, yang dibagikan kepada pengguna Go-Jek di kota Semarang. Teknik pengampilan sampling yang digunakan adalah *non sampling*, dengan salah satu metodenya adalah *purposive sampling*. Data yang diperoleh kemudia dianalisis dengan menggunakan *structural Equation Modeling* (SEM). Berdasarkan penelitian diperoleh bahwa kualitas pelayanan, harga dan promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan variabel promosi tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Go-Jek di kota Semarang.

Persamaan dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama meneliti harga, dan metode penelitian yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif. Sedangkan perbedaannya adalah dalam penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah tempat penelitian dan variabel yang mempengaruhi berbeda, disini peneliti menggunakan tiga variabel yang mempengaruhi yakni kualitas layanan, harga dan promosi. Dan perbedaan lainnya yakni pada variabel yang dipengaruhi, peneliti sebelumnya menggunakan dua variabel yang

dipengaruhi yakni *customer loaylity* dan *satisfaction* sebagai variabel *intervening*.

5. Penelitian Eva Nur Elysa Hadyana mahasiswi Jurusan Syariah Program Studi Ekonomi Syariah STAIN Kediri tahun 2016 yang berjudul “*Analisa Praktek Ojek Online Ditinjau Dari Transaksi Ekonomi Islam* (studi kasus Go-Jek Surabaya)”. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif sedangkan jenis penelitian yang digunakan adalah *field research* dan proses pengumpulan datanya menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa praktek ojek *online* di Go-Jek Surabaya ada dua transaksi yang terjadi, yakni yang pertama adalah konsumen dengan *driver* jika transaksi ditinjau dari ekonomi islam transaksi yang pertama yakni antara konsumen dan *driver* dikenal dengan istilah ijarah. Transaksi yang kedua adalah kerjasama anantara *driver* dengan pada prakteknya belum memenuhi syarta, rukun dalam *syirkah* akan tetapi jika ditinjau dari prinsip dasar kerjasama dalam islam praktik ini tidak melanggar ketentuan dari prinsip dasar

Perbedaan penelitian ini adalah dalam penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adaah menggunakan jenis metode penelitiannya yaitu kuantitatif, dan peneliti meneliti tentang pengaruh harga terhadap kepuasa konsumen, sednagkan penelitian sebelumnya dari Iva meneliti tentang analisa praktek ojek online ditinjau dari transaksi ekonomi syariah.

F. Hipotesis Penelitian

Merupakan jawaban sementara dari sebuah permasalahan yang akan diteliti, selanjutnya dibuktikan kebenarannya secara empiris atau nyata.¹³ Dalam penelitian ini yang akan diuji ada tidaknya hubungan antara variabel bebas harga terhadap variabel terikat kepuasan konsumen *GrabBike*. Didalam penelitian ini hipotesis penelitiannya adalah sebagai berikut :

1. Hipotesis Alternatif (H_a) adalah jawaban sementara bahwa suatu fakta yang terdapat dalam suatu situasi dapat di duga akan menimbulkan akibat tertentu.
Adapun Hipotesis (H_a) dalam penelitian ini adalah “ada pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen *Grabbike*”
2. Hipotesis Nol (H_o) adalah hipotesis yang tidak ada pengaruh antara variabel X dan Y.
Adapun Hipotesis (H_o) dalam penelitian ini adalah “tidak ada pengaruh harga yang signifikan terhadap kepuasan konsumen *Grabbike*”

¹³ Limas Dodi, *Metodologi Penelitian Science Methods, Metode Tradisional dan Natural Setting, Berikut Teknik Penulisannya*, (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2015), 94