

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi pada era globalisasi saat ini teknologi semakin berkembang dengan pesat. Seiring berjalannya waktu, perkembangan teknologi mengambil peran yang sangat penting karena memudahkan manusia dalam melakukan berbagai aktivitas kehidupan. Pada saat ini dunia mengenal suatu teknologi yang disebut media internet, ketika setiap orang dapat memperoleh dan menyampaikan informasi yang dibutuhkan kapan saja dan ketika dimana saja. Media internet merupakan sarana komunikasi dan juga memberikan peluang bagi siapa saja untuk menjalankan bisnis. Hal ini sejalan dengan istilah revolusi industri 4.0 dimana salah satu cirinya adalah kemajuan teknologi dan era digitalisasi (Laurent, 2016).

Kemajuan teknologi dan digitalisasi dilengkapi dengan fitur dan keberadaan internet di berbagai sektor, salah satunya adalah aplikasi Play Store yang seperti pasar aplikasi yang canggih, yang berisi berbagai kategori aplikasi yang ditawarkan. Kategori aplikasi termasuk belanja, bisnis, buku dan referensi, berita dan majalah, permainan, peta, cuaca, acara, fotografi, gaya hidup, hiburan, kecantikan, obat-obatan, keluarga, kencana, kesehatan dan kebugaran, komik, komunikasi, makanan. dan minuman, pendidikan, perjalanan dan lain-lain. Saat ini bisnis jual beli online, tidak hanya melalui website seperti sebelumnya, seseorang dapat berbelanja melalui media sosial seperti aplikasi Instagram, Facebook, WhatsApp dan juga aplikasi jual beli online yang dapat diunduh melalui smartphone. Fenomena meningkatnya pembelian online di Indonesia menunjukkan bahwa internet memberikan dampak yang luar biasa bagi penggunaannya (Salengo, 2020).

Saat ini pemasar menjadikan Generasi Z, kelahiran dari tahun 1995 sampai dengan 2010 sebagai pangsa pasar online yang sangat potensial karena dianggap layak untuk menentukan pilihannya sendiri (Katherina, 2020). Gen Z sudah

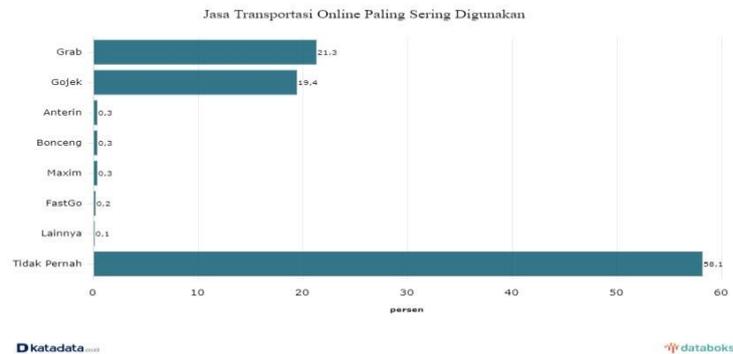
menguasai 30% dari populasi 11 kota besar (usia 10+). Generasi Z juga disebut sebagai “*the future digital natives*” yang merupakan generasi muda yang tumbuh dan berkembang dengan sebuah ketergantungan yang besar pada teknologi digital yang paling ambisius dan melek teknologi (McDermott, 2017). Generasi Z sangat familiar dengan internet dan berpikir bahwa internet adalah media yang sangat penting karena mereka tumbuh bersama internet, menggunakan internet setiap hari dan Generasi Z menggunakan internet paling lama dibanding generasi lain (Giovani Santoso & Anna Triwijayati, 2018).

Pada Saat ini, jasa transportasi menjadi suatu kebutuhan yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari setiap individu, terutama bagi yang tinggal di daerah perkotaan. Masyarakat saat ini juga mengalami pergeseran dalam hal penggunaan layanan transportasi yang dulu nya masih banyak masyarakat yang menggunakan transportasi umum seperti ojek konvensional sekarang mulai bergeser ke jasa transportasi online. Hal ini dapat terjadi karena adanya perkembangan yang sangat pesat pengguna jasa transportasi online di Indonesia. Berdasarkan data dari *We Are Social 2020*, Saat ini ada 21,7 juta orang di Indonesia yang menggunakan layanan transportasi online. Hal ini juga dapat dilihat bahwa Indonesia per Januari 2020 menunjukkan bahwa 75% pengguna internet Indonesia menggunakan aplikasi mobile yang berhubungan dengan pemetaan. (*wearesocial2020/Digital 2020.com*) diakses pada tahun 2022.

Layanan transportasi online adalah salah satu inovasi layanan terbaru di dunia *e-commerce* di mana pelanggan dapat memesan kendaraan (mobil atau sepeda motor) dan sekaligus merespon pesanan melalui aplikasi seluler (Wahyuningtyas, 2016). Layanan ini menawarkan berbagai keunggulan kompetitif dan nilai tambah dalam menyatukan pengemudi dan pelanggan jika dibandingkan dengan transportasi konvensional (Will Sutherland and Mohammad Hossein Jarrahi, 2018). Keunggulan lainnya ialah penggunaan fitur yang kreatif, dan modern namun dengan harga yang ditawarkan tetap kompetitif (Putri,U.M Amin,M., 2019) Sebagai contoh,

aplikasi memungkinkan konsumen untuk dapat memesan produk maupun jasa dengan cepat dan mudah melalui smartphone. Manfaat lain yang dirasakan ialah ketika pengemudi dan pelanggan dapat mengetahui posisi mereka dengan tingkat akurasi yang tinggi melalui bantuan teknologi *Google Maps* yang telah terintegrasi langsung ke dalam aplikasi. Dari sisi keamanan, aplikasi mencatumkan detail informasi sehingga menjamin keamanan layanan. Berbagai macam manfaat tersebut membuat layanan *mobile* ini semakin populer dan diminati khususnya di kalangan masyarakat perkotaan. Ini membuktikan bahwa layanan ini memiliki kesan positif di dalam benak pelanggan dan secara bertahap mereka mulai beralih dari penggunaan mode transportasi konvensional.

Dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang terjadi saat ini, tidak hanya memberikan pengaruh terhadap sektor ekonomi saja tetapi sektor budaya juga dapat ikut terpengaruh. Perubahan pada sektor kebudayaan biasanya dapat dilihat dari perubahan gaya hidup masyarakat. Di era yang modern saat ini berkembangnya gaya hidup yang praktis dan serba instan membuat gaya hidup setiap masyarakat pun turut terpengaruhi. Dengan gaya hidup instan, masyarakat mulai mengutamakan nilai kepraktisan, kecepatan serta efisiensi waktu. Hal ini berpengaruh untuk para pengusaha yang bergerak dibidang transportasi online untuk merancang dan menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan gaya hidup masyarakat (Elisabeth, 2020). jasa transportasi online yang beroperasi di indonesia antara lain, Grab, Gojek, Maxim dan masih banyak yang lain nya. Berikut adalah jasa transportasi online yang paling sering digunakan di indonesia.

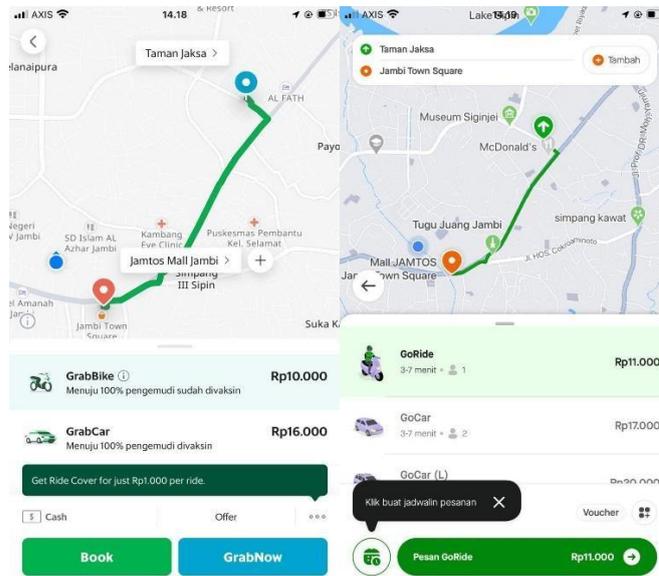


Gambar 1.1 Jasa Transportasi Online Paling Sering Digunakan

Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/>,2020

Dari gambar 1.1 dapat kita lihat jumlah pengguna jasa transportasi online di Indonesia dipegang oleh GRAB dan GOJEK. Dari data diatas menunjukkan bahwa jasa transportasi online paling sering digunakan dipegang oleh GRAB sebesar 21,3% Pengguna dan GOJEK sebesar 19,3% Pengguna (<https://databoks.katadata.co.id/>) diakses pada tahun 2022. Grab adalah Perusahaan teknologi asal Malaysia yang menyediakan aplikasi layanan transportasi angkutan umum meliputi kendaraan bermotor roda 2 maupun roda 4. Perusahaan Grab hanya perusahaan teknologi yang meluncurkan Aplikasi saja dan untuk kendaraannya sendiri adalah kendaraan milik mitra yang sudah bergabung di PT Grab Indonesia.

Sebelum pelanggan memutuskan untuk memilih layanan Grab di bandingkan dengan layanan lainya dari pesaing sejenisnya pelanggan terlebih dahulu akan melihat tawaran mana yang akan memberikan harga yang murah kepada pelanggan (Masni, 2020). Salah satu faktor yang mempengaruhi minat dalam menggunakan aplikasi Grab adalah faktor harga karena Grab sebagai perusahaan jasa menawarkan harga yang relatif terjangkau dibandingkan dengan perusahaan jasa yang lain.



Gambar 1.2 Perbandingan Harga GrabBike dengan GoRide

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Dari perbandingan gambar 1.2 di atas antara GrabBike dan GoRide dapat disimpulkan bahwa harga GoRide dari Taman Jaksa ke Jambi Town Square sebesar Rp 11.000. Sedangkan, GrabBike dari Taman Jaksa ke Jambi Town Square sebesar Rp 10.000. Jadi perbandingan harga antara GrabBike dan GoRide hanya sebesar Rp 1000.

Minat menggunakan merupakan suatu perilaku individu yang memiliki keinginan untuk menggunakan sebuah layanan jasa dengan berdasarkan dari pengalamannya menggunakan, memilih dan mengkonsumsi atau menggunakan layanan jasa tersebut. Menurut (Santi, 2019), Minat menggunakan ulang merupakan penggunaan yang pernah dilakukan oleh konsumen terhadap suatu layanan yang sama, dan akan menggunakan lagi untuk kedua atau ketiga kalinya. Dengan kata lain, pengalaman yang diperoleh konsumen dari suatu produk atau jasa yang baik akan menimbulkan kesan positif yang menunjukkan bahwa konsumen mendapatkan apa yang diinginkannya sehingga konsumen akan melakukan penggunaan ulang.

Dalam menarik minat konsumen ada beberapa faktor penting yang perlu diperhatikan oleh suatu perusahaan. Salah faktor penting di dalam menarik minat konsumen adalah kualitas pelayanan (Elisabeth, 2020). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Rizky B.P. (2016), kualitas pelayanan merupakan salah satu bagian yang diperlukan untuk dibentuk oleh suatu perusahaan, karena mempunyai pengaruh yang dapat menarik konsumen baru serta mampu mengurangi kemungkinan konsumen yang lama untuk pindah ke perusahaan lainnya. Menurut Fardiani (2013), kualitas pelayanan adalah sebuah cara penilaian para konsumen terhadap tingkatan layanan yang telah diterima (*perceived service*) oleh konsumen dengan tingkat layanan yang diharapkan oleh konsumen (*expected service*).

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Erni Safitri (2021), yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat. Penelitian lain yang telah dilakukan oleh Aptaguna & Pitaloka (2016) menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat sedangkan variabel harga tidak berpengaruh terhadap minat.

Berdasarkan pada latar belakang di atas dan dari penelitian terdahulu maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang “ Pengaruh Harga terhadap Minat Menggunakan Ulang GrabBike yang di Mediasi Kualitas Pelayanan pada Generasi Z Kota Jambi ”

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana Pengaruh Harga Terhadap Minat Menggunakan Ulang GrabBike ?
2. Bagaimana Pengaruh Harga terhadap Kualitas Pelayanan?
3. Bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menggunakan Ulang GrabBike?
4. Bagaimana Pengaruh Harga Terhadap Minat Menggunakan Ulang GrabBike yang di Mediasi Kualitas Pelayanan?

1.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui Pengaruh Harga Terhadap Minat Menggunakan Ulang GrabBike.
2. Untuk Mengetahui Pengaruh Harga terhadap Kualitas Pelayanan.
3. Untuk Mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menggunakan Ualng GrabBike.
4. Untuk Mengetahui Pengaruh Harga Terhadap Minat Menggunakan Ulang GrabBike yang di Mediasi Kualitas Pelayanan.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil dalam penelitian ini dapat dijadikan proses pembelajaran lanjutan dalam mengembangkan atau memberikan wawasan yang berhubungan dengan ilmu Harga, Terkait dengan Minat menggunakan Ulang GrabBike, yang di mediasi Kualitas Pelayanan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat lebih meningkatkan Kualitas Pelayanan dengan Harga yang dimiliki untuk dapat mempertahankan Minat Menggunakan Ulang GrabBike, dimana diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan untuk memecahkan masalah yaitu masalah praktis dalam perusahaan yang ada hubungannya dengan penelitian yang akan digunakan.