

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan zaman yang berkembang sepanjang waktu dengan pesat, sehingga bermunculan banyak perusahaan baru. Persaingan bisnis yang semakin ketat mengharuskan para perusahaan untuk dapat bersaing dan memiliki keunggulan yang berbeda dengan perusahaan lain agar dapat memikat pelanggan, terutama pada perusahaan yang menyediakan layanan jasa transportasi. Transportasi adalah suatu sarana yang sangat dibutuhkan untuk mempermudah proses perpindahan penumpang atau barang dari suatu tempat ke tempat lainnya. Semua kegiatan yang dilakukan manusia membutuhkan jasa transportasi, khususnya transportasi yang aman, cepat, dan mudah ditemukan karena dengan adanya transportasi dapat membantu pekerjaan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Transportasi banyak diminati masyarakat sehingga berdampak kemacetan. Sering terjadi kemacetan di setiap daerah membuat para masyarakat lebih memilih menggunakan kendaraan umum. Tetapi untuk dapat mengakses kendaraan umum memerlukan waktu yang lebih banyak dan harus melalui stasiun, bandara, atau terminal. Bagi masyarakat yang menggunakan jasa transportasi umum beralasan karena harga terjangkau, cepat, dan aman.

Transportasi menjadi alat penunjang penting dalam membantu semua kegiatan masyarakat sehari-hari dan berkembangnya teknologi berdampak

positif bagi transportasi. Maka dari itu perusahaan jasa transportasi bersaing menarik pelanggan dengan menyediakan berbagai macam fasilitas untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Mengamati peluang bisnis berbasis internet dapat membuat perusahaan menggabungkan transportasi dan internet seperti taksi *online* atau ojek *online*. Salah satu dampak teknologi bagi transportasi adalah aplikasi yang mengenalkan pelayanan jasa untuk pemesanan ojek.

Ojek *online* dikenal sebagai Ojol, merupakan jenis ojek yang memesan melalui platform *online*. Berbeda dengan ojek pangkalan, di mana penumpang harus datang langsung ke pangkalan ojek untuk mendapatkan layanan. Ojek *online* (Ojol) memberikan kemudahan kepada penumpang dalam memesan ojek, karena ojek akan datang langsung ke lokasi yang ditentukan oleh penumpang. Selain itu, penumpang juga dapat mengetahui perkiraan biaya yang harus dikeluarkan sebelum menggunakan layanan tersebut. Semua proses pemesanan, perhitungan tarif, estimasi waktu, dan jarak terhubung langsung melalui internet, memberikan kemudahan kepada pengguna.

Ojek *online* sudah dapat ditemui di beberapa daerah di Indonesia. Hal ini juga berdampak pada daerah perkotaan di Indonesia seperti kota Bogor yang padat penduduknya, tercatat penduduk di kota Bogor selama tahun 2021 berpenduduk 1.052.359 jiwa dengan komposisi 533.744 laki-laki dan perempuan 518.585 jiwa. Berdasarkan data yang didapatkan oleh penulis melalui Badan Pusat Statistik, berikut ini merupakan rincian jumlah penduduk kota Bogor tahun 2021.

Tabel 1
Jumlah Penduduk Kota Bogor Tahun 2022

Kecamatan	Jumlah Penduduk
Bogor Barat	235.770 jiwa
Bogor Selatan	206.217 jiwa
Bogor Tengah	96.180 jiwa
Bogor Timur	105.188 jiwa
Bogor Utara	188.240 jiwa
Tanah Sareal	220.764 jiwa
Jumlah	1.052.359 jiwa

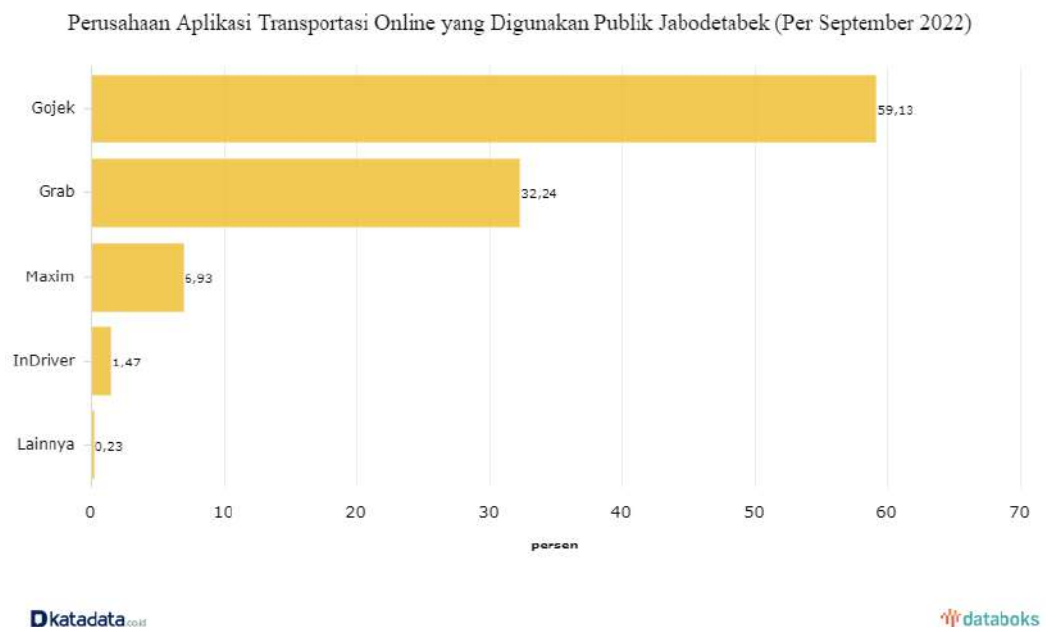
Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Bogor

Masyarakat di kota Bogor tidak semuanya memiliki kendaraan pribadi dan sering menghadapi kemacetan di mana-mana. Akibatnya, penggunaan transportasi umum menjadi kurang nyaman karena terjebak dalam kondisi kemacetan yang sering terjadi, membuat masyarakat merasa jenuh. Oleh karena itu, perusahaan jasa transportasi menghadirkan ojek *online* di kota Bogor sebagai solusi untuk memudahkan masyarakat.

Jasa ojek *online* sudah banyak tersedia berbagai jenis platform yang dikenal dengan nama Grab, Gojek, dan Maxim. Semua pelayanan jasa transportasi *online* memberikan pelayanan yang hampir sama mulai dari mengantarkan penumpang dengan biaya dan promo yang berbeda-beda namun dengan sistem pemesanan yang sama yaitu melalui aplikasi telepon genggam. Dengan banyaknya ojek *online* menyebabkan semakin ketat persaingan. Banyak faktor yang menjadi penyebab terjadinya hal tersebut yakni adanya persaingan fasilitas layanan yang disediakan dan persaingan promosi. Hal ini membuat pelanggan semakin selektif memilih yang menurutnya sesuai yang

diinginkan. Maka perusahaan ojek *online* harus dapat menciptakan kepuasan pelanggan agar dapat menarik banyak pelanggan.

Transportasi *online* diharapkan dapat memberikan perbedaan kualitas pelayanan yang memadai guna mendapatkan kepuasan pelanggan. Di kota Bogor, perkembangan transportasi online telah mengalami pertumbuhan yang signifikan, terlihat dari peningkatan jumlah layanan transportasi online yang tersedia di kota tersebut.



Sumber : Databoks, diakses 22 mei 2023

Gambar 1
Perusahaan Aplikasi Transportasi Online Yang Digunakan
Publik Jabodetabek
Tahun 2022

Berdasarkan gambar diatas, pada tahun 2022 mayoritas masyarakat Jabodetabek lebih memilih menggunakan aplikasi Gojek dengan presentase

sebesar 59,13%. Setelah Gojek, masyarakat memilih menggunakan aplikasi Grab dengan presentase sebesar 32,24%, diikuti oleh Maxim dengan presentase sebesar 6,93%, *InDriver* dengan presentase 1,47%, dan aplikasi lainnya sebesar 0,23%. Semakin tinggi nilai presentasinya maka brand akan semakin kuat. Gojek telah menjadi pilihan utama bagi masyarakat di Jabodetabek, termasuk di kota Bogor. Keberhasilan Gojek dalam membangun reputasi yang kuat dan menyediakan layanan yang andal telah membuatnya unggul di pasar. Melihat informasi dari data diatas, akhirnya penulis memilih Gojek sebagai objek penelitian yang akan di teliti.

Gojek adalah sebuah perusahaan teknologi berbasis aplikasi yang berada di Indonesia. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2010 oleh Nadiem Makarim dengan awalnya hanya menawarkan layanan ojek online. Namun, seiring waktu, Gojek telah berkembang menjadi platform yang menyediakan berbagai jenis layanan seperti transportasi, pengiriman makanan dan barang, pembayaran digital, logistik, dan berbagai layanan lainnya.

Gojek menyediakan berbagai layanan melalui aplikasi mobile kepada pelanggan. Di tahun 2023, Gojek menawarkan sejumlah layanan transportasi dan berbagai layanan seperti pengiriman makanan, pembayaran tagihan, pembelian tiket, dan layanan keuangan. Berikut adalah daftar dan penjelasan layanan yang tersedia pada Grab di tahun 2023.

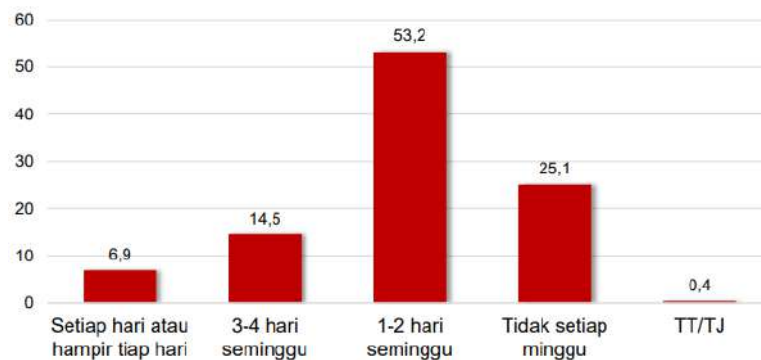
Tabel 2
Daftar Layanan Milik Gojek

No	Layanan	Penjelasan
1	Goride	Layanan transportasi sepeda motor yang dikenal ojek online atau ojol
2	Gocar	Layanan transportasi mobil
3	Gofood	Layanan pesan-antar makanan.
4	GoBluebird	Layanan transportasi taksi online.
5	GoSend	Layanan kurir antar barang secara instan
6	GoMart	Layanan pengiriman barang kebutuhan sehari-hari, seperti makanan, minuman dan kebutuhan pribadi.
7	GoBox	Layanan sewa mobil beserta pengemudi berdasarkan waktu yang dapat ditentukan oleh konsumen
8	GoPay	Layanan dompet digital. Mulai dari transaksi cepat untuk semua layanan Gojek dan mengirim atau menerima uang dengan mudah.
9	Gotix	Layanan pesan tiket film bioskop.
10	GoInvestasi	Layanan tabungan emas dengan membeli emas dan menjual emas secara langsung
11	GoTagihan	Layanan bayar tagihan air, BPJS, gas, internet, listrik, tv kabel, hingga pajak. Mudah digunakan karena nomor tagihan tersimpan otomatis.
12	Gopaylater	Layanan pembayaran ketika memesan layanan tertentu di aplikasi Gojek atau melakukan transaksi di <i>merchant</i> GoPay dan membayar tagihannya paling lambat di akhir bulan.
13	Goplay	Layanan konten <i>live streaming</i>
14	Gomed	Layanan <i>e-health care</i> yang bisa digunakan untuk berkonsultasi dengan dokter, membeli obat dan produk kesehatan serta membuat janji kunjungan medis pada rumah sakit dan klinik tertentu.
15	Goshop	Layanan jasa titip beli apa pun dari mana pun

No	Layanan	Penjelasan
16	Gogive	Layanan donasi dan zakat
17	Gosure	Layanan asuransi barang
18	Gocorp	Layanan yang memudahkan perusahaan untuk memberikan fasilitas transportasi karyawan dan pengiriman barang melalui aplikasi Gojek yang dapat dikelola limit pemakaiannya

Sumber : www.gojek.com diakses 24 mei 2023

Data tabel 2 dapat dilihat Gojek menyediakan berbagai fitur layanan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang terus meningkat. Aplikasi gojek transportasi *online* yang dapat diunduh dan di install pada *mobile phone* untuk memudahkan penggunaannya. Hal ini menjadi salah satu tantangan bagi gojek dalam menyediakan aplikasi yang sangat mudah dan tidak memakan banyak ruang penyimpanan pada ponsel.



Sumber : Poling Institute, diakses 26 mei 2023

Gambar 2
Intensitas Menggunakan Ojek Online Selama Sebulan
Pada tahun 2022

Gambar 2 merupakan hasil riset yang dilakukan oleh Poling Institute yang berjudul Kenaikan Tarif Ojek *Online* Di Mata Pengguna Dan Pengemudi yang menyebutkan bahwa mayoritas menggunakan ojek *online* 1-2 hari seminggu sebesar 53,2% dan yang setiap hari atau hampir hanya sebesar 6,9% masyarakat Indonesia menggunakan ojek *online* per bulan melalui aplikasi *online* pada *mobile phone*. Hal ini membuktikan bahwa potensi bisnis transportasi *online* di Indonesia semakin besar.

Gojek mempunyai layanan ojek *online* yang bernama Goride. Layanan Goride memungkinkan pengguna untuk memesan ojek *online* secara praktis dan efisien. Dengan menggunakan aplikasi Gojek, pengguna dapat memilih titik penjemputan dan tujuan, serta melihat estimasi biaya dan waktu perjalanan sebelum melakukan pemesanan. Goride telah menjadi solusi yang populer untuk kebutuhan transportasi sehari-hari, karena memberikan kemudahan, kecepatan, dan keamanan dalam perjalanan.

E-Service Quality mencakup berbagai aspek yang dapat mempengaruhi pengalaman pengguna, seperti kemudahan penggunaan, kecepatan akses, keandalan, keamanan, responsivitas, dan kualitas konten yang disajikan. Semua aspek tersebut harus dipertimbangkan dalam merancang dan mengimplementasikan layanan elektronik yang efektif dan memuaskan. Menurut Zeithaml et al. dalam Tjiptono dan Chandra (2016:178), *e-service quality* adalah “penilaian dan evaluasi secara keseluruhan dari keunggulan sebuah pengantar layanan secara elektronik di pasar virtual.” Berdasarkan nilai rating aplikasi Gojek yang diperoleh melalui *App Store*, gojek memperoleh

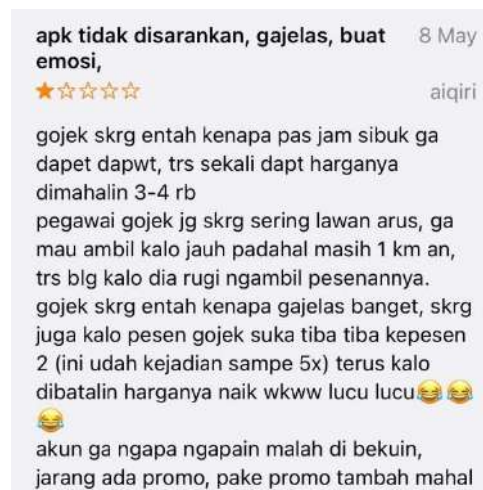
rating sebesar 4,6, hal ini menjadi bukti bahwa Gojek telah menunjukkan *e-service quality* yang sudah cukup baik.



Sumber : *App Store*, diakses 26 mei 2023

Gambar 3
Rating Aplikasi Gojek Pada App Store Tahun 2023

Gojek memiliki *e-service quality* yang sudah cukup baik, namun berdasarkan temuan penulis, masih terdapat keluhan-keluhan yang diajukan oleh pelanggan Goride terkait dengan *e-service quality* yang ditampilkan dalam gambar yang diberikan.



Sumber : App store, diakses 26 mei 2023

Gambar 4
Keluhan E-Service Quality Pada Layanan Goride

Dapat diamati dalam Gambar 4, terdapat keluhan-keluhan terkait kualitas layanan (*e-service quality*) yang penulis temukan melalui *App Store*. Salah satu pelanggan Goride mengalami masalah sulitnya menemukan *driver* Goride pada jam sibuk, *driver* Goride yang tidak mengikuti rute yang seharusnya, dan gangguan *server* yang menyebabkan kesalahan dalam memesan layanan.

Fenomena yang penulis temukan, peneliti melakukan survei pra-survei kepada 30 responden yang pernah menggunakan layanan Goride di kota Bogor untuk mengetahui tanggapan mereka terhadap *e-service quality*. Hasil pra-survei mengenai variabel *e-service quality* ditampilkan dalam tabel berikut.

Tabel 3
Hasil Pra-Survei E-Service Quality

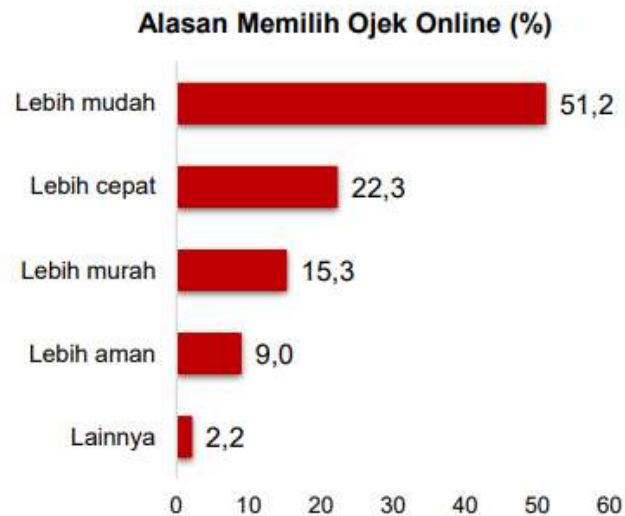
No	Indikator	Pernyataan	Jawaban		Presentase	
			Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	<i>Efficiency</i>	Layanan Goride mudah diakses pada saat jam sibuk	11	19	36,7%	63,3%
2	<i>Reliability</i>	Layanan Goride pada aplikasi Gojek berfungsi dengan baik pada saat hujan.	9	21	30%	70%
3	<i>Fulfillment</i>	Keakuratan waktu <i>driver</i> Gojek dalam melakukan penjemputan penumpang sesuai waktu yang dijanjikan pada aplikasi	19	11	63,3%	36,7%
4	<i>Privacy</i>	Data pelanggan Goride terlindungi dengan baik	25	5	83,3%	16,7%
5	<i>Responsiveness</i>	Gojek cepat menangani keluhan pelanggan untuk layanan Goride	14	16	46,7%	53,3%
6	<i>Compensation</i>	Apabila adanya kesalahan dapat mengajukan pengembalian dana	16	14	53,3%	46,7%
7	<i>Contact</i>	Terdapat pelayanan untuk menyampaikan keluhan	21	9	70%	30%

Sumber : Data Yang Diolah Oleh Penulis

Berdasarkan hasil pra-survei pada variabel *e-service quality* yang tertera dalam tabel 3 mengungkapkan bahwa terdapat beberapa masalah terkait *e-service quality* yang masih perlu diperhatikan dalam layanan Goride, terutama pada dimensi *reliability*, *fulfillment*, *privacy*, *responsiveness*, *compensation*, dan *contact* belum sepenuhnya baik.

Berdasarkan temuan fenomena dan hasil pra-survei yang dilakukan oleh penulis, terungkap bahwa *e-service quality* pada layanan Goride masih belum optimal. Adanya keluhan dari pelanggan terkait *e-service quality* ini menjadi hal yang perlu diperhatikan oleh perusahaan, karena dapat berdampak pada ketidakpuasan pelanggan Goride itu sendiri. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Citra Savitri dan Aji Tuhagana (2020) menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara *e-service quality* terhadap kepuasan pelanggan.

Promosi juga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Promosi menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan oleh pelanggan dalam memilih untuk menggunakan layanan ojek *online*. Berdasarkan hasil riset Polling Institute yang berjudul “Kenaikan Tarif Ojek *Online* di Mata Pengguna dan Pengemudi” menyebutkan satu alasan utama masyarakat lebih memilih menggunakan ojek *online*, yaitu lebih murah biaya karena adanya promosi membuat biaya layanan menjadi lebih terjangkau dibandingkan harga ojek pangkalan. Responden memilih promosi sebagai salah satu faktor yang mendorong masyarakat untuk menggunakan layanan ojek *online* yang ditampilkan pada gambar dibawah ini.



Sumber : Polling Institute, diakses 27 mei 2023

Gambar 5
Alasan Memilih Ojek Online

Promosi merujuk pada berbagai strategi dan taktik pemasaran yang digunakan untuk memperkenalkan, memperluas, dan meningkatkan kesadaran serta penjualan suatu produk, layanan, atau merek. Promosi bertujuan untuk mempengaruhi perilaku pelanggan, membuat mereka lebih cenderung untuk membeli atau menggunakan produk atau layanan tertentu. Gojek melakukan berbagai strategi promosi guna menghadapi persaingan dengan pesaingnya dan mempengaruhi calon pelanggan untuk menggunakan layanan Goride. Melalui promosi ini, perusahaan tidak hanya dapat menarik pelanggan baru, tetapi juga mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Dengan penawaran promosi yang diberikan, pelanggan yang sudah terbiasa dapat menjadi pelanggan tetap.

Gojek melakukan berbagai bentuk promosi untuk memperkenalkan dan memasarkan layanan mereka. Salah satu bentuk promosi yang dilakukan adalah melalui iklan di media sosial serta promosi penjualan yang tersedia di

dalam aplikasi Gojek dan juga dikirimkan langsung melalui notifikasi pada *mobile phone* pelanggan. Gojek sering mengiklankan layanannya melalui iklan di televisi, radio, dan media cetak. Iklan-iklan ini menggambarkan manfaat dan kemudahan menggunakan layanan Gojek serta menampilkan fitur-fitur khusus yang ditawarkan.

Gojek juga memberikan promosi penjualan kepada pelanggannya. Salah satu jenis promosi yang ditawarkan oleh Goride adalah diskon dan *cashback*. Pada tahun 2022, GrabFood menghadirkan program promosi bernama *cashback gopay coins*. Program ini secara rutin diadakan oleh Gojek pada tanggal tertentu setiap bulannya. Pelanggan memiliki kesempatan untuk mendapatkan diskon hingga 50%. Berikut ini adalah contoh beberapa promosi yang tersedia di gojek.



Sumber : Gojek, diakses 27 mei 2023

Gambar 6
Promosi Gojek Pada Layanan Goride

Gojek telah melakukan promosi dengan cara yang menarik dan beragam, tetap terdapat keluhan-keluhan dari pelanggan yang penulis temukan terkait dengan promosi yang dilakukan oleh gojek pada layanan Goride, di antaranya sebagai berikut:



Sumber : App Store, diakses 27 mei 2023

Gambar 7 **Keluhan Promosi Pada Layanan Goride**

Dapat diamati dalam Gambar 7, terdapat keluhan-keluhan terkait promosi yang penulis temukan melalui *App Store*. Pelanggan Goride mengalami masalah promosi yang diberikan kepada pelanggan sangat minim dan masalah lainnya, yaitu promosi yang tidak dapat digunakan oleh pelanggan meskipun mereka belum pernah menggunakan promo tersebut sebelumnya. Selain itu, pelanggan juga mengeluhkan tentang syarat dan ketentuan promo yang dianggap terlalu rumit, seperti kode promo yang hanya berlaku di kota-kota besar.

Peneliti melakukan survei pra-survei kepada 30 responden yang pernah menggunakan layanan Goride di kota Bogor untuk mengetahui tanggapan

mereka terhadap promosi. Hasil pra-survei mengenai variabel promosi ditampilkan dalam tabel berikut.

Tabel 4
Hasil Pra-Survei Penelitian Promosi

No	Indikator	Pernyataan	Jawaban		Presentase	
			Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	Pesan Promosi	Iklan informasi tentang promosi yang jelas dan menarik	14	16	46,7%	53,3%
2	Media Promosi	Gojek menggunakan beberapa media dalam melakukan kegiatan promosi periklanan, yaitu: spanduk, poster, web site, dan media sosial	19	11	63,3%	36,7%
3	Waktu Promosi	Promosi yang diberikan Gojek dapat memiliki persyaratan khusus, seperti penggunaan kode promo tertentu dan waktu tertentu	5	25	16,7%	83,3%
4	Frekuensi Promosi	Gojek memberikan promo berupa diskon, voucher, dan cashback setiap saat	9	21	30%	70%

Sumber : Data Yang Diolah Oleh Penulis

Berdasarkan hasil pra-penelitian yang terdapat pada tabel 4, dapat disimpulkan bahwa kondisi variabel promosi Goride belum sepenuhnya baik. Keluhan dari pelanggan terkait promosi pada layanan Goride, yang juga didukung oleh hasil pra-survei, mengindikasikan bahwa promosi yang telah dilakukan oleh Goride belum mencapai tingkat yang memadai untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Terdapat ketidaksesuaian antara apa yang ditawarkan dalam promosi dengan harapan yang dimiliki oleh pelanggan.

Promosi melibatkan berbagai aspek, termasuk periklanan, penjualan langsung, pemasaran konten, promosi penjualan, sponsor, *event marketing*, dan berbagai bentuk komunikasi pemasaran lainnya. Setiap jenis promosi memiliki tujuan dan metode yang berbeda, namun semuanya ditujukan untuk mencapai tujuan pemasaran yang sama. Tjiptono (2015:80) menjelaskan bahwa “promosi produk yang terlalu luar biasa dan tidak sesuai dengan keadaan dapat menciptakan situasi ketidakpercayaan yang benar-benar mengarah pada ketidakpuasan pelanggan.”. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Enni Sustiyatik (2020), ditemukan bahwa promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dalam hal ini, semakin baik dan menarik promosi yang dilakukan oleh perusahaan, maka akan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan.

Menurut Kotler dan Keller (2016:153), kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai evaluasi perasaan seseorang yang menggambarkan rasa senang atau kecewa yang timbul setelah membandingkan kinerja suatu produk atau jasa dengan harapannya. Jika kinerja produk atau jasa tersebut berhasil memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas. Menurut Engel et al. dalam Priansa (2017:197) mengemukakan definisi kepuasan pelanggan sebagai evaluasi yang dilakukan setelah pembelian, di mana hasil dari alternatif yang dipilih setidaknya sama atau melebihi harapan pelanggan, ketidakpuasan muncul ketika hasil tersebut tidak dapat memenuhi harapan pelanggan.

Keluhan yang diajukan oleh pelanggan, terutama terkait dengan *e-service quality* dan promosi pada layanan Goride, terbukti bahwa terdapat tingkat ketidakpuasan yang dirasakan oleh pelanggan saat menggunakan layanan Goride. Hal ini menunjukkan bahwa hasil dari *e-service quality* dan promosi yang diterima oleh pelanggan saat menggunakan layanan Goride tidak mampu memenuhi harapan mereka, sehingga pelanggan merasa kecewa dan tidak puas dengan layanan Goride.

Peneliti melakukan pra-survei kepada 30 responden yang pernah menggunakan layanan Goride di kota Bogor untuk mengetahui kepuasan pelanggan pada layanan Goride. Hasil pra-survei mengenai variabel kepuasan pelanggan ditampilkan dalam tabel berikut.

Tabel 5
Hasil Pra-Survei Kepuasan Pelanggan

No	Indikator	Pernyataan	Jawaban		Presentase	
			Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	Menggunakan jasa itu kembali	Saya bersedia menggunakan layanan Goride kembali	20	10	66,7%	26,7%
2	Merekomendasikan Jasa Kepada Orang Lain	Saya akan merekomendasikan layanan Goride kepada orang lain sebagai layanan ojek <i>online</i> terbaik	19	11	63,3%	36,7%
3	Pelayanan Sesuai yang Diharapkan	Goride menyediakan layanan sesuai harapan	18	12	60%	40%
4	Pelanggan Tidak Pernah Mengeluh	Pelanggan merasa puas dengan pelayanan Goride	9	21	30%	70%

Sumber : Data Yang Diolah Oleh Penulis

Hasil pra-survei kepuasan pelanggan Goride pada tabel 5 menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan pada layanan Goride belum sepenuhnya baik.

Goride memiliki kelebihan dan telah mencapai yang signifikan sebagai penyedia layanan ojek online yang populer di Indonesia, masih terdapat kekurangan dalam menciptakan kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Hal ini terlihat dari adanya keluhan-keluhan terkait e-service quality dan promosi pada layanan Goride yang berdampak pada ketidakpuasan pelanggan. Mengingat persaingan yang ketat dalam industri transportasi online, Goride harus terus berusaha mempertahankan posisinya dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, fenomena ini dianggap penting untuk diteliti.

Uraian diatas penulis ingin mengetahui bahwa *E-Service Quality* dan Promosi menjadi salah satu terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAAN PELANGGAN TRANSPORTASI ONLINE GORIDE DI KOTA BOGOR”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka masalah-masalah yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini adalah:

1. Sulitnya mengakses aplikasi pada saat hujan.
2. Sulitnya menemukan *driver* pada saat jam sibuk
3. *Driver* tidak selalu muncul sesuai waktu yang dijanjikan pada aplikasi.
4. *Driver* sering membatalkan pesanan.

5. *Driver* tidak mengikuti rute yang seharusnya.
6. Ketidakjelasan persyaratan promosi sehingga tidak dapat digunakan.
7. Keterbatasan informasi tentang promosi yang tersedia.
8. Promosi yang sedikit dan sulit didapatkan.
9. Pelayanan yang diberikan tidak memenuhi standar operasional prosedur yang telah ditetapkan.
10. Gaya berkendara *driver* tidak berhati-hati.

C. Batasan Masalah

Banyak permasalahan yang dapat dibahas dalam penelitian ini. Namun penulis perlu membatasi masalah yang lebih terperinci agar penelitian ini lebih berfokus, yaitu meliputi *E-Service Quality*, promosi dan kepuasan pelanggan jasa transportasi online Gojek layanan Goride di kota Bogor.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis merumuskan masalah penelitian adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh *e-sevice quality* terhadap kepuasan pelanggan pada layanan Goride?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada layanan Goride?

3. Apakah *e-service quality* dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada layanan Goride?

E. Tujuan Penelitian

Penulisan penelitian yang diajukan mempunyai tujuan yang hendak dicapai oleh peneliti. Adapun tujuan dari penelitian dan penulisan skripsi ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *e-sevice quality* terhadap kepuasan pelanggan pada layanan Goride.
2. Mengidentifikasi adanya pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan pada layanan Goride.
3. Mengidentifikasi seberapa besar pengaruh *e-sevice quality* dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pada layanan Goride.

F. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti untuk lebih memahami dan mengetahui mengenai pengaruh *e-service quality* dan promosi terhadap kepuasan pelanggan.

1. Bagi PT. Gojek Indonesia

Hasil penelitian ini dapat bermanfaat sebagai dasar yang objektif dalam mengetahui kepuasan pelanggan serta sebagai pedoman untuk

menentukan langkah-langkah yang akan dilakukan oleh perusahaan di masa yang akan datang.

2. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai alternatif sumber referensi para pembaca yang membutuhkan dan untuk menambah pengetahuan penulis di bidang pemasaran khususnya mengenai *e-service quality*, promosi dan kepuasan pelanggan. Penulis diharapkan mengetahui masalah yang dihadapi oleh perusahaan.

3. Bagi Penelitian Berikutnya

Hasil penelitian ini sangat berguna sebagai bahan acuan bagi peneliti berikutnya yang berminat meneliti mengenai transportasi *online* khususnya ojek *online*.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini disajikan untuk memberikan gambaran tentang berbagai hal yang dibahas dalam setiap bab dari skripsi ini, yang dibagi menjadi lima (lima) bab sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini mengemukakan dan menguraikan landasan teori yang berkaitan dan mendukung terhadap permasalahan yang diteliti meliputi pengertian *E-Service Quality*, promosi, dan kepuasan pelanggan kemudian disimpulkan kembali dan dilanjutkan dengan penelitian terdahulu, kerangka penelitian dan hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan rencana dan prosedur penelitian yang mencakup metode penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, sumber data, metode pengumpulan data, instrumen penelitian dan alat analisis yang digunakan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan menjelaskan mengenai data atau fakta lapangan pengaruh *e-service quality* dan promosi terhadap kepuasan pelanggan Goride untuk selanjutnya dianalisis dengan beberapa teknik-teknik statistis sekaligus menjawab secara pasti permasalahan yang dikemukakan pada bab-bab sebelumnya.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan menjabarkan tentang kesimpulan dari hasil pembasan dan analisis data yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya serta saran-saran untuk menunjang penelitian berikutnya.