

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman, semakin hari manusia semakin terikat dengan teknologi. Hubungan yang sangat erat antara manusia dengan teknologi ini membawa pengaruh positif, dilihat dari terciptanya hal-hal yang inovatif dan kreatif dalam menciptakan bisnis baru secara *online*, salah-satunya adalah jasa transportasi *online*. Karena pada zaman sekarang manusia membutuhkan alat transportasi yang cepat, nyaman, dan mudah ditemukan. Era modern seperti saat ini alat transportasi dan komunikasi tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia. Karena dua hal tersebut sering digunakan untuk mempermudah segala pekerjaan manusia. Pemanfaatan teknologi bukan hanya di bidang komunikasi saja tetapi teknologi dimanfaatkan pada bidang pendidikan, ekonomi, pertanian, keamanan, transportasi dan lain-lain. (Setiyanto, 2016).

Transportasi *online* yang sedang meningkat pesat yaitu Maxim, Maxim merupakan perusahaan internasional yang bergerak dibidang teknologi informasi dan layanan transportasi berbasis *online*. Maxim pertama kali beroperasi di Indonesia pada tahun 2018 di bawah naungan PT.Teknologi perdana Indonesia (indraini,2019). Maxim yang terus meningkat pada akhir tahun 2018 dengan jumlah pengguna Maxim berkisar 10.000 pengguna namun pada akhir tahun 2019 meningkat drastis menjadi 500.000 pengguna. Salah satu cabang Maxim di kota Kupang juga telah mampu meramaikan pasar jasa

transportasi *online*. untuk mampu menjaga serta meningkatkan eksistensi Maxim yang terhitung masih baru, Maxim perlu menerapkan strategi yang tepat untuk dapat menyaingi kompetitor lain yang sejenis dimana salah satu kunci utama kesuksesan perusahaan adalah pelanggan.

Suatu perusahaan yang mampu memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan akan membuat citra positif bagi perusahaan. Pelayanan yang baik mendorong minat pelanggan untuk menggunakan kembali jasa tersebut sehingga tercipta loyalitas. Perusahaan yang menjual jasa berarti menjual produknya dalam bentuk kepercayaan. Memberikan pelayanan terbaik untuk konsumen menjadi tolak ukur keberhasilan sebuah perusahaan. Perusahaan yang berhasil memasarkan produk/jasanya kepada konsumen dengan pelayanan yang memuaskan mendapatkan brand yang baik dimata konsumen. Pelayanan yang dimaksud termasuk dari pelayanan sewaktu menawarkan produk/jasa, pelayanan ketika memberikan jasa, pelayanan atas resiko yang terjadi saat memberikan jasa dan pelayanan lain sebagainya (Assauri, 2015).

Pengguna transportasi *online* semakin bertambah setiap waktunya dari berbagai kalangan baik anak-anak, pelajar, mahasiswa, maupun orang tua. Tentunya terdapat beberapa faktor mengapa para konsumen lebih memilih menggunakan transportasi *online* dari pada ojek konvensional yaitu, kemudahan dalam pemesanan, kecepatan waktu tempuh, harga yang ditawarkan, kualitas pelayanan yang dipercaya oleh sebagian besar masyarakat dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Faktor kesuksesan perusahaan

sangat ditentukan oleh kepuasan pelanggan. Pelanggan merasa puas atas perusahaan disebabkan berbagai hal, seperti kualitas pelayanan harga dan juga keamanan yang diberikan. Kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan (Lupiyoadi, 2011).

fenomena ini terjadi di kalangan mahasiswa karena perubahan gaya hidup mereka yang biasanya menggunakan transportasi konvensional beralih menggunakan transportasi *online*, pergeseran budaya dan gaya hidup di kalangan mahasiswa ini tak dapat dihindari karena banyak sekali mahasiswa yang mempunyai *smartphone* dan ingin memaksimalkan penggunaannya khususnya untuk kebutuhan layanan transportasi online. Dengan banyaknya jumlah mahasiswa di kota Kupang maka peneliti akan melakukan penelitian di salah-satu Universitas di kota kupang yaitu pada Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis, dengan jumlah mahasiswa pada tahun 2018/2022 telah mencapai 1.884 (forlap.ristekdikti.go.id.) Adanya opsi pilihan terhadap transportasi online dengan kualitas layanan yang berbeda-beda dan menimbulkan preferensi konsumen menyebabkan mahasiswa lebih cerdas dalam memilih transportasi *online* yang akan mereka gunakan. Oleh karena itu, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang merupakan tempat populasi yang tepat untuk melakukan penelitian ini. Adapun data jumlah Mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandira Kupang Fakultas Ekonomika dan Bisnis disajikan dalam Tabel berikut:

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis**  
**Universitas Katolik Widya Mandira Tahun 2018-2022**

No.	Tahun	Jumlah (Mahasiswa)
1.	2018	1942 Mahasiswa
2.	2019	2099 Mahasiswa
3.	2020	2034 Mahasiswa
4.	2021	1895 Mahasiswa
5.	2022	1884 Mahasiswa

*Sumber : PDDikti*

Berdasarkan tabel 1.1 di atas maka diketahui bahwa jumlah mahasiswa Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira dari tahun 2018-2022 fluktuatif. Jumlah mahasiswa terbanyak di tahun 2019 namun 3 Tahun ke depannya mengalami penurunan.

Dengan data awal di atas dan juga latar belakang, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen pada Bisnis Jasa Transportasi online Maxim Roda Dua Dikalangan Mahasiswa (studi kasus mahasiswa fakultas ekonomika dan bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang)”**.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan, harga, dan keamanan secara simultan dan parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada mahasiswa FEB Unwira?
2. Bagaimana gambaran umum tentang kepuasan konsumen, kualitas pelayanan, harga, dan keamanan?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, diperoleh tujuan penelitian yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan dan parsial kualitas pelayanan, harga dan keamanan terhadap kepuasan konsumen.
2. Untuk mengetahui gambaran umum tentang kepuasan konsumen, kualitas pelayanan, harga, dan keamanan.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Perguruan Tinggi

Hasil penelitian di harapkan dapat dipergunakan sebagai salah satu sumber informasi ilmu pengetahuan dan bahan perbandingan bagi pembaca yang berminat mempelajarinya dan dapat di gunakan sebagai referensi untuk penelitian berikutnya.

2. Bagi perusahaan

Hasil analisis dan penelitian yang dilakukan dapat menjadi bahan masukan bagi perusahaan untuk menentukan kebijakan perusahaan di masa yang akan datang.

3. Bagi peneliti

Melalui penelitian ini peneliti dapat mengimplementasikan ilmu yang sudah dipelajari di perkuliahan dan Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.