

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

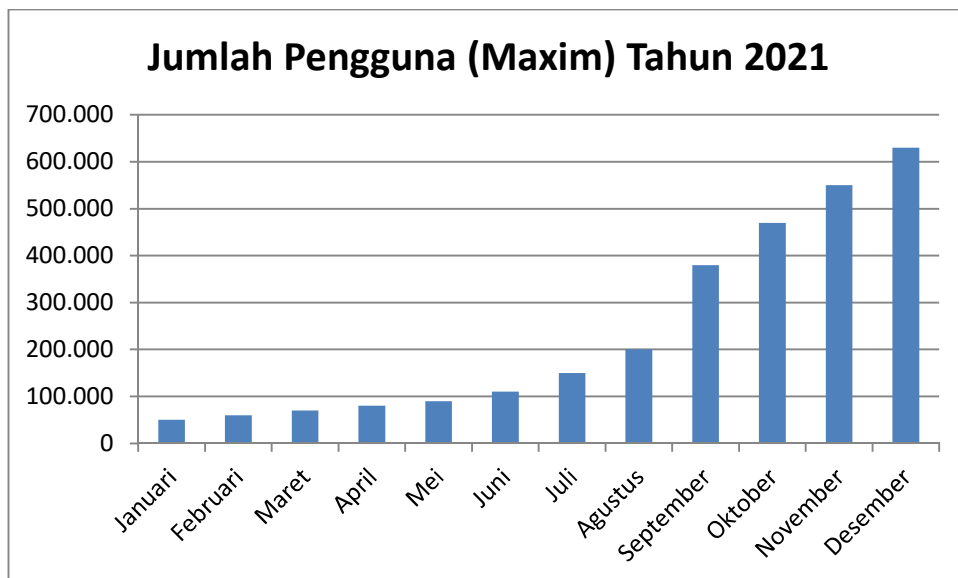
Maxim adalah salah satu perusahaan transportasi online yang berasal dari Rusia yang mulai berdiri pada tahun 2010. Pada tahun 2018 perusahaan Maxim membuka kantor di Jakarta dan berada dibawah naungan PT. Teknologi Perdana Indonesia. Saat ini di Indonesia sendiri perusahaan Maxim resmi beroperasi di 16 kota besar yaitu Jakarta, Banda Aceh, Banjarmasin, Jambi, Pekanbaru, Bengkulu, Denpasar, Solo, Pontianak, Samarinda, Singkawang, Surakarta, Yogyakarta, Padang, Palembang dan Bandar Lampung. Di Bandar Lampung sendiri Maxim baru beroperasi sejak bulan Juni 2019 (Ariq dan Tri,2021).

Layanan yang ditawarkan oleh Maxim terbilang sangat simpel, efektif dan efisien secara waktu. Salah satu fitur yang hadir untuk melayani mobilitas masyarakat Indonesia yaitu *delivery* (pesan-antar) makanan atau logistik dapat dipesan menggunakan armada mobil Maxim. Sebelumnya, fitur ini hanya dapat dipesan menggunakan motor saja, tetapi sekarang dengan adanya fitur baru ini dapat berguna untuk melindungi pesanan konsumen, terutama pada musim hujan. Maxim juga menghadirkan layanan Maxim *Life* dan Kargo. Maxim *life* memiliki fitur *cleaning*, *massage and spa*, dan *laundry*. Sementara itu, layanan Kargo memungkinkan konsumen mengirimkan barang antar kota hanya dalam satu aplikasi ([www.tribunjogja.com](http://www.tribunjogja.com), 28 Desember 2020).

Munculnya aplikasi Maxim dengan layanan yang berbeda dan harga yang lebih murah dibandingkan dengan transportasi berbasis aplikasi yang sudah ada sebelumnya yaitu Gojek dan Grab. Bahkan melanggar aturan batas bawah tarif ojol yang ditentukan oleh Kementerian Perhubungan. Murahnya harga yang ditetapkan oleh Maxim disebabkan karena mengikuti strategi internasional perusahaan induknya di Rusia dan merupakan perusahaan

layanan transportasi dengan biaya paling terjangkau ([www.finance.detik.com](http://www.finance.detik.com), 24/1/2020). Selain itu keunggulan sekaligus pembeda aplikasi Maxim lainnya yaitu konsumen dapat menjadwalkan keberangkatannya melalui fitur reservasi. Layanan ini memungkinkan konsumen untuk lebih menghemat waktu bepergian. Fitur reservasi memungkinkan pelanggan memesan layanan Maxim satu minggu sebelum keberangkatan. Dengan begitu, pelanggan tidak perlu khawatir tidak mendapatkan driver atau menunggu terlalu lama.

Dengan banyaknya layanan yang diberikan oleh Maxim membuat popularitas Maxim di Indonesia mengalami peningkatan. Hal ini dapat dilihat dari jumlah pengguna Maxim yang terus mengalami peningkatan di tahun 2021 yaitu sebagai berikut :



Sumber : Layanan Pers Maxim, 2021

**Gambar 1.1 Tingkat Pengguna Maxim di Indonesia**

Berdasarkan gambar 1.1 tingkat pengguna maxim dari tahun 2021 cenderung mengalami kenaikan. Hal ini dapat dilihat dari jumlah pendownload Maxim yang mencapai 600.000 orang lebih di bulan Desember tahun 2021. Tingginya

jumlah pengguna Maxim ini dikarenakan Maxim menetapkan harga yang murah dan menawarkan saldo gratis diawal penggunaan. Hal ini dimanfaatkan konsumen baru sebagai kesempatan mendapat antar jemput secara gratis untuk beberapa kali penggunaan. Namun hal ini belum membuat Maxim mampu mengalahkan kompetitornya. Dengan adanya kenaikan pengguna pada akhir tahun 2021 di Indonesia belum tentu membuat konsumen tetap setia pada Maxim. Konsumen akan melihat dari segi kualitas pelayanan yang diberikan dan bagaimana konsumen merasa aman. Jika pelaksanaan hal yang disebutkan berjalan dengan baik menyebabkan konsumen merasa puas, begitu juga sebaliknya.

Dari hasil pra survey peneliti juga menemukan adanya keluhan dari pelanggan aplikasi Maxim di Bandar Lampung. Berikut ini adalah keluhan yang disampaikan oleh 30 pelanggan aplikasi Maxim di Bandar Lampung yaitu ada sebanyak 7 orang atau 23% yang mengeluhkan tentang titik lokasi (maps) yang sulit ditemukan, ada sebanyak 6 orang atau 20% yang mengeluh mengenai outlet yang bekerjasama dengan Maxim tidak lengkap, tidak hanya itu ada sebanyak 5 orang atau 25% yang mengeluhkan tentang tarif *bike* mudah berubah-ubah, sebanyak 4 orang atau 13% mengeluh tentang driver mobil yang membatalkan pesanan tanpa alasan yang jelas, keluhan mengenai helm yang kurang bersih dan driver sering menerima pesanan *delivery* tetapi tidak mengantarkannya masing-masing sebanyak 3 orang atau 10% dan keluhan mengenai mobil yang digunakan terkadang bau asap rokok dikeluhkan sebanyak 2 orang atau 7%.

Banyaknya komplain atau keluhan dari pelanggan akan membuat pelanggan kurang puas atau bahkan tidak puas dengan aplikasi Maxim baik dari segi pelayanan maupun harga yang diberikan. Padahal kepuasan pelanggan merupakan tujuan utama dari semua perusahaan yang menawarkan produknya, sehingga dengan merasa puasnya pelanggan akan menjadi keuntungan bagi perusahaan. Pada dasarnya kepuasan dan ketidakpuasan

pelanggan atas suatu produk/jasa akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya. Hal ini ditunjukkan pelanggan setelah terjadinya proses pembelian. Apabila pelanggan merasa puas, maka dia akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama. Pelanggan yang puas juga akan cenderung memberikan referensi yang baik terhadap produk kepada orang lain. Tidak demikian dengan pelanggan yang tidak puas. Pelanggan tersebut akan lebih memilih untuk mencari informasi pihak penyedia produk atau jasa lain yang sejenis yang dibutuhkannya, lalu kemudian mereka lebih memilih untuk membeli dan menggunakan produk atau jasa baru tersebut yang dianggap lebih mampu memenuhi kepuasan keinginan mereka dan meninggalkan produk atau jasa yang lama sebelumnya. Serta pelanggan tidak akan merekomendasikan produk atau jasa yang dianggapnya tidak mampu memenuhi kepuasan mereka kepada orang-orang disekitarnya (Yunanto,2017).

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Dampak positif dari pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan dan kesetiaan pelanggan serta keinginan untuk melakukan pembelian kembali (*re-buying*), yang tentunya akan meningkatkan pendapatan yang diterima dari produk yang telah terjual. Agar dapat bersaing, bertahan hidup, dan berkembang, maka perusahaan dituntut untuk mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang terbaik dan berkualitas, maka dengan begitu pelanggan akan merasa mendapat kepuasan tersendiri dan merasa dihargai sehingga mereka senang dan bersedia untuk menjadi pelanggan tetap (Susanto dan Seno,2017).

Kualitas pelayanan jasa perusahaan dianggap baik dan memuaskan jika jasa perusahaan yang diterima melampaui harapan konsumen, jika jasa perusahaan yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan maka kualitas pelayanan jasa perusahaan dipersepsikan buruk. Pada umumnya pelayanan

yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering (Mia, 2020). Masalah yang muncul terkait kualitas pelayanan adalah masih banyaknya keluhan yang dirasakan oleh para pelanggan Maxim sehingga membuat pelayanan yang diberikan Maxim kurang maksimal.

Harga merupakan nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang (Masilah, 2016). Dengan harga yang terjangkau tentunya masyarakat menilai dari sisi kualitas pelayanan yang diberikan yang selanjutnya akan berdampak pada kepuasan pelanggan menggunakan produk barang/jasa yang ditawarkan. Penetapan harga oleh perusahaan harus disesuaikan dengan situasi lingkungan dan perubahan yang terjadi terutama pada saat persaingan yang semakin ketat dan perkembangan permintaan yang terbatas. Dalam iklim persaingan yang ketat seperti sekarang ini, perusahaan harus memperhatikan faktor harga, karena besar kecilnya harga yang ditetapkan akan sangat mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam bersaing dan juga mampu mempengaruhi konsumen untuk membeli produknya (Riri,2019). Masalah yang muncul terkait harga adalah masih adanya keluhan yang dirasakan oleh para pelanggan terkait harga yang ditetapkan oleh Maxim sehingga membuat pelayanan yang diberikan Maxim belum optimal.

Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan (Study pada Pengguna Maxim Di Bandar Lampung)”**.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Maxim di Bandar Lampung?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Maxim di Bandar Lampung?

3. Apakah kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Maxim di Bandar Lampung?

### **1.3 Ruang Lingkup Penelitian**

#### **1.3.1 Ruang Lingkup Subjek Penelitian**

Ruang lingkup subjek dalam penelitian ini adalah pelanggan yang menggunakan aplikasi maxim di Bandar Lampung.

#### **1.3.2 Ruang Lingkup Objek Penelitian**

Ruang lingkup objek dalam penelitian ini adalah pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Pelanggan Maxim di Bandar Lampung.

#### **1.3.3 Ruang Lingkup Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Bandar Lampung.

#### **1.3.4 Ruang Lingkup Waktu**

Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Desember 2020 hingga Februari 2022.

#### **1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Penelitian**

Penelitian ini mengacu pada ilmu manajemen pemasaran, yang membahas tentang Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Pelanggan.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan diatas maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Maxim di Bandar Lampung.
2. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Maxim di Bandar Lampung.
3. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Maxim di Bandar Lampung.

## 1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan adalah :

a) Bagi peneliti

Sebagai sarana menambah wawasan dan ilmu pengetahuan di bidang pemasaran, terutama pengetahuan mengenai kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi atau bahan kajian bagi penelitian-penelitian berikutnya supaya mampu memperbaiki dan menyempurnakan kelemahan dalam penelitian ini.

b) Bagi perusahaan

Bagi Maxim, diharapkan dapat menjadi bahan usulan yang konstruktif dalam menentukan langkah strategi promosi dan dapat memberikan kontribusi positif dalam rangka meningkatkan pangsa pasar sekaligus aplikasi ojek online yang menjadi pilihan bagi para konsumen.

c) Bagi Institusi

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan informasi dan bahan kajian sebagai referensi tambahan bagi pembaca dan peneliti lain yang melakukan penelitian dengan jenis pembahasan yang sama.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut :

**Bab I Pendahuluan**

Dalam bab ini tercantum latar belakang masalah, perumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, manfaat serta sistematika penulisan.

**Bab II Landasan Teori**

Dalam tinjauan pustaka ini diuraikan landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari analisis penelitian dan kerangka penelitian.

**Bab III Metode Penelitian**

Dalam bab ini diuraikan mengenai metode penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian, operasional variabel, penentuan skala nilai, sumber data, teknik analisis data, uji persyaratan instrument dan perhitungan metode regresi linear sederhana.

**Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Dalam bab ini berisikan tentang penyajian data, analisis data, penyajian hipotesis, dan pembahasan hasil penelitian.

**Bab V Simpulan dan Saran**

Bab ini berisikan tentang simpulan dan saran.

**Daftar Pustaka****Lampiran Lampiran**