

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Kemajuan yang sangat pesat di bidang teknologi informasi memberikan pengaruh yang besar terhadap berbagai aspek kehidupan manusia. Pengaruh yang paling nyata terlihat pada perubahan mendasar terhadap cara orang melakukan transaksi, terutama dalam dunia bisnis. Salah satu hasil kemajuan teknologi informasi yang berkontribusi besar terhadap perubahan ini adalah internet. Internet adalah suatu jaringan yang dipasangkan dengan alat komunikasi sehingga bisa berinteraksi di mana pun dan kapan pun. Internet dapat juga di artikan sebuah sistem jaringan komputer yang saling terhubung secara global untuk menghubungkan perangkat di seluruh dunia.<sup>1</sup>

Kehadiran internet mendorong setiap kehidupan manusia baik individu maupun instansi perusahaan melakukan transaksi berubah mengikuti zaman khususnya masa digital cara perusahaan melakukan transaksi berubah, dari cara lama yang prosesnya mengorbankan waktu dan biaya yang besar menjadi proses yang lebih cepat dan lebih mudah.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Firman M. Suwarya, *Kolaborasi Aplikasi dan Pemanfaatan Internet*, (Bogor: Guepedia, 2021), h. 7.

<sup>2</sup> M Amri Nasution, "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Alat Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Dyza Sejahtera Medan ," *Jurnal Warta*, Vol. 5, No. 1, (2019), h. 12.

Hal ini karena perkembangan teknologi khususnya pada teknologi jaringan internet saat ini secara tidak langsung telah mengubah paradigma masyarakat dalam mendapatkan informasi dan komunikasi termasuk dalam sektor transportasi.

Transportasi merupakan suatu kegiatan pemindahan penumpang dan barang dari suatu tempat ke tempat lain, dimana di dalamnya terdapat unsur pergerakan (*movement*). Transportasi sangat memegang penting dalam pembangunan dan pengembangan infrastruktur suatu kawasan. Suatu interaksi yang baik dan ideal antara komponen-komponen transportasi (penumpang, barang, sarana dan prasarana) membentuk suatu sistem transportasi yang komprehensif, efisien dan efektif sehingga diharapkan mampu mengoptimalkan fungsi transportasi dalam suatu kawasan.<sup>3</sup>

Sistem transportasi umum berkelanjutan memberikan kontribusi positif terhadap keberlanjutan ekonomi, sosial budaya, dan lingkungan hidup dari komunitas yang dilayani. Keberadaan sistem transportasi adalah untuk memenuhi kebutuhan keterkaitan ekonomi dan sosial serta memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk meningkatkan mobilitas. Manfaat dari peningkatan mobilitas dalam transportasi untuk

---

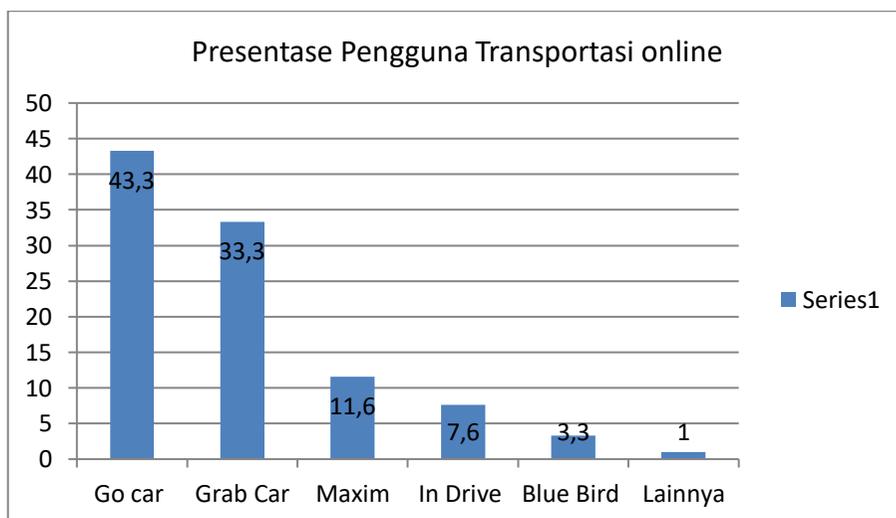
<sup>3</sup> Wahyu Desga dan Feni Mardila Putri, "Pemodelan Bangkitan Perjalanan di Nagari Siguntur, Nagari Barung-Barung Belantai dan Nagari Nanggalo Kecamatan Koto Xi Tarusan Kabupaten Pesisir Selatan," *Jurnal Penelitian Transportasi Multimoda*, Vol. 14, No. 2, (2016), h. 77.

kepentingan publik adalah untuk mengurangi dampak negatif terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.<sup>4</sup>

Transportasi *online* sudah marak di gunakan oleh kalangan masyarakat, hal ini di buktikan dengan adanya data penggunaan transportasi *online* secara keseluruhan khususnya yang terdapat di Indonesia. Berikut adalah data pengguna transportasi *online* :

**Tabel 1.1**

**Data Pengguna Transportasi Online di Indonesia**



Sumber: goodstats.id

Data tersebut menunjukkan bahwa peminat dari platform Gojek layanan GoCar masih banyak diminati, untuk tahun 2023 peminat layanan GoCar sebanyak 43,3%. Layanan GoCar membuktikan bahwa hingga tahun

---

<sup>4</sup> A Caroline Sutandi, "Pentingnya Transportasi Umum Untuk Kepentingan Publik," *Jurnal Administrasi Publik*, Vol. 12, No. 1, (2015), h. 22.

2023 ini memiliki peminat yang banyak dan berada pada peringkat pertama dari layanan lainnya. Data ini juga memperlihatkan adanya persaingan transportasi *online*, sehingga setiap perusahaan akan selalu berupaya untuk menciptakan strategi terbaik dari harga maupun pelayanan.<sup>5</sup> Diagram ini menunjukkan data tersebut menunjukkan tingkat penggunaan transportasi *online* secara keseluruhan di Indonesia.

Kehadiran jasa transportasi berbasis aplikasi *online* yang menggunakan internet sangat berpengaruh bagi masyarakat dalam segala aktivitas secara cepat dan efisien. Salah satu bisnis yang sedang berkembang saat ini adalah bisnis jasa transportasi dengan mobil yaitu GoCar. Munculnya angkutan yang berbasis aplikasi *online* Gojek telah menimbulkan pro dan kontra di masyarakat. Satu sisi GoCar dianggap mempermudah pengemudi dan konsumennya. GoCar mendapatkan banyak kecaman dari pengemudi angkutan kota karena dianggap merebut nafkah para pengemudi jasa angkutan kota. Kehadiran GoCar dirasa sudah sangat meresahkan bagi supir angkutan kota, ini terlihat dari banyaknya aksi yang dilakukan para supir angkutan kota yang menggelar demonstrasi.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Goodstats.id, *Layanan Transportasi Online Pilihan Masyarakat Indonesia*, <https://www.instagram.com/p/CuJGQG5h9GC/?igsh=MWcyMWNqcm51NTE3MQ==>, (Diakses pada tanggal 17 Desember 2023 pukul 02.00).

<sup>6</sup> Sri Indah Permata Sari, *Analisis Dampak Keberadaan Gocar Terhadap Pendapatan Angkutan Kota Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, (Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung, 2019), h. 5.

Aplikasi *online* selain GoCar yang terdapat pada layanan GoJek masih memiliki beberapa platform yang meliputi Maxim, Grab, InDrive, BlueBird dan lain-lain. Seluruh platform tersebut merupakan penyedia jasa transportasi di Indonesia yang berbasis teknologi. Kemunculan banyak platform ini menimbulkan persaingan bisnis khususnya pada GoJek untuk mencapai keunggulan bersaing. Selain persaingan, yang terjadi antar platform, fenomena krisis baru-baru ini yang terjadi di Indonesia juga dapat memberikan dampak kepada perusahaan dan pengguna GoCar. Dampak tersebut di antaranya terdapat penurunan orderan, penurunan poin, hingga penurunan pendapatan yang bisa didapatkan dalam sehari oleh para pengemudi GoCar.<sup>7</sup>

Selain transportasi *online* di atas terdapat moda transportasi umum lainnya. Moda transportasi umum memiliki keunggulan masing-masing. Seperti angkutan kota, taksi, dll, yang terbilang banyak, sehingga mengurangi waktu menunggu calon penumpang tidak membutuhkan waktu lama. Angkutan umum lainnya seperti taksi banyak berjenis mobil keluarga atau yang biasa disebut mobil MPV (*Multi Purpose Vehicle*) dan mobil sedan yang nyaman.

Berdasarkan kedua keunggulan angkutan umum di atas terdapat beberapa kekurangan mengenai harga. Jika menggunakan pilihan

---

<sup>7</sup> Heber Andrew Riyan Mallo dan Paskah Ika Nugroho, "Analisis Pendapatan Pengemudi Ojek Online Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Salatiga," *Jurnal Akuntansi Profesi*, Vol. 12, No. 1, (June 30, 2021), h. 75.

transportasi umum, calon penumpang harus menanyakan harga atau ongkos antar terlebih dahulu, dan tak jarang juga ongkos yang ditetapkan oleh pengemudi angkutan umum ini terasa tidak wajar dan mahal karena tidak ada kejelasan mengenai standar ongkos, sehingga membuat calon penumpang juga harus melakukan negosiasi ongkos terlebih dulu jika ingin mendapatkan ongkos yang sesuai. Hal tersebut sangat disayangkan karena ongkos antar atau harga adalah salah satu faktor penting untuk memutuskan untuk menggunakan jasa yang di sediakan.<sup>8</sup>

Berdasarkan keputusan pelanggan transportasi umum dan *online* memiliki perbedaan tarif harga serta kenyamanan tersendiri untuk memberikan kepuasan dalam pelanggan. Sesuai teori bahwa harga memainkan peran penting dalam mempengaruhi pilihan pembelian dalam membeli barang maupun jasa. Harga ialah ukuran uang tunai yang dipaku pada barang jasa atau ukuran nilai uang tunai yang dibelikan pada beberapa kegunaan sejak dibelinya barang atau jasa tersebut. Semakin rendah dan mutunya semakin tinggi maka barang atau jasa tersebut semakin diminati untuk dibeli.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> Fhardoni Kurnia Hidayat, Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Transportasi Online GoRide, (Skripsi: Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Palembang, 2021), h. 4.

<sup>9</sup> Rissa Mustika Sari, "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian," *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, Vol. 5, No. 3, (2021), h. 1173.

Kepuasan pelanggan bisa didapatkan ketika layanan yang diberikan sangat baik. Dengan memberikan pelayanan yang sangat baik maka pelanggan akan merasa puas menggunakan jasa GoCar. Layanan yang baik itu berupa mobil yang digunakan bersih, rapih, dan juga dilengkapi dengan peralatan keselamatan yang baik seperti *seatbelt*. Harga yang sesuai dengan mutu yaitu jika akan menentukan suatu harga produk atau jasa maka harus disesuaikan dengan mutu yang bagus, mobil bersih dan wangi, AC dingin dan menyetir dengan nyaman dan aman agar terdapat kualitas layanan yang baik.<sup>10</sup>

Kualitas layanan merupakan faktor yang penting yang mampu memberikan kepuasan bagi pelanggan yaitu dengan mengkonfirmasi order konsumen secara cepat dengan menelpon konsumen untuk memastikan enjemputan sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan dan *Driver* GoCar mampu memiliki pengetahuan informasi jalan alamat yang akan dituju. Semakin baik kualitas pelayanan maka kepuasan pembeli akan baik juga.<sup>11</sup> Ketika konsumen merasa puas atas pelayanan suatu produk/jasa, sangat dimungkinkan pelanggan tersebut “mempromosikan” secara sukarela produk/jasa itu kepada orang-orang sekitarnya. Adanya sebuah

---

<sup>10</sup> Sambodo Rio Sasongko, “Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan,” *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, Vol. 3, No. 1, (2021), h. 56.

<sup>11</sup> Ni Made Arie Sulistyawati dan Ni Ketut Seminari, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar,” *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 4, No. 8, (2015), h. 2319.

rekomendasi positif dari suatu pelanggan kepada seseorang atau beberapa calon pelanggan lainnya sudah pasti akan menguntungkan pihak GoJek, karena calon pengguna GoJek tersebut tidak perlu ragu lagi akan kualitas produk/jasa itu. Sebaliknya, apabila konsumen tersebut merasa kurang puas, atau bahkan kecewa terhadap suatu produk/jasa dari penjual itu akan hilang dan saluran promosi secara cuma-cuma kepada orang terdekatpun tidak akan terjadi.

Berdasarkan latar belakang yang telah di sampaikan, penulis merasa tertarik untuk penelitian yang di jelaskan dalam skripsi dengan judul **“Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan GoCar Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Masyarakat Kota Serang)”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan paparan latar belakang masalah di atas maka dapat diperoleh identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Terdapat persaingan antara GoCar dan pengemudi angkutan kota karena di anggap merebut nafkah dan menimbulkan keresahan bagi para pengemudi jasa angkutan kota
2. Persaingan bisnis dari penyedia jasa layanan transportasi di Indonesia yang berbasis teknologi semakin sulit mencapai keunggulan bersaing yang ditandai dengan kehadiran berbagai *Platform* (GoJek, Maxim, Grab, In-Drive, BlueBrid).

3. Pasca pandemi mengakibatkan rata-rata pengemudi GoCar mengalami penurunan orderan, penurunan poin, hingga penurunan pendapatan yang bisa di dapat dalam sehari oleh para pengemudi GoCar.

### **C. Batasan Masalah**

Peneliti akan membatasi masalah agar menghindari meluasnya masalah ke bahasan lain dan supaya penelitian ini terarah, maka peneliti membatasi masalah tentang “Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan GoCar Terhadap Kepuasan Pelanggan” Studi Pada Masyarakat Kota Serang. Di karenakan banyak terjadi komplain pelanggan terhadap *driver* mengenai harga, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan. Menghindari meluasnya masalah ke bahasan lain dan supaya penelitian ini terarah maka peneliti fokus untuk meneliti konsumen Kota Serang dan platform gojek pada layanan GoCar. Dengan melihat harga kualitas layanan dan kepuasan pelanggan pada layanan GoCar.

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka rumusan masalah yang akan diangkat dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan GoCar pada masyarakat Kota Serang?

2. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan GoCar pada masyarakat Kota Serang?
3. Bagaimana pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan GoCar pada masyarakat Kota Serang?

### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan apa yang telah dipaparkan sebelumnya, maka penulisan penelitian yang akan di capai adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan GoCar pada masyarakat Kota Serang
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan GoCar pada masyarakat Kota Serang
3. Untuk menganalisis pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan GoCar pada masyarakat Kota Serang

### **F. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi beberapa pihak, baik untuk pengembangan ilmu maupun kegiatan operasional lainnya. Adapun pihak-pihak tersebut sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam

menggunakan layanan ojek *online* dan menambah pengalaman dalam melakukan penelitian yang dapat dijadikan referensi dan pengalaman penting dalam karir akademik atau profesional di masa depan.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi PT. GoJek Indonesia

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kontribusi bagi PT GoJek untuk terus meningkat kualitas yang diberikan.

### b. Bagi Mahasiswa

Menambah pengetahuan dan pemahaman mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam menggunakan layanan ojek *online* sehingga dapat dijadikan referensi untuk penelitian lanjutan di masa depan.

### c. Manfaat Bagi Masyarakat

Menambah pengetahuan dan pemahaman mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam menggunakan layanan ojek *online*.

## **G. Penelitian Terdahulu Yang Relevan**

Penelitian terdahulu merupakan suatu rangkaian penelitian yang akan dijadikan dasar gambaran dalam melakukan penelitian selanjutnya. Tujuannya yaitu agar dapat mempermudah peneliti lain dalam

melaksanakan penelitian yang hampir serupa. Adapun hasil penelitian terdahulu adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.2**  
**Persamaan Perbedaan Penelitian Terdahulu**

No	Nama/Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan	Persamaan
1	Praditya Bagus Oktavian “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Gofood Pada Masa Pandemi” Tahun 2022. <sup>12</sup>	Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh negatif secara signifikan terhadap kepuasan konsumen GoFood pada masa pandemi, sedangkan untuk harga dan kualitas produk berpengaruh	Penelitian ini menggunakan populasi dan <i>sample</i> pada konsumen GoFood serta fokus pada waktu tertentu yaitu masa pandemi.	Penelitian ini sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik <i>random sampling</i> dan metode pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner.

---

<sup>12</sup> Praditya Bagus Oktavian, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Gofood Pada Masa Pandemi, (Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negri Walisongo Semarang, 2022), h. 60.

No	Nama/Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan	Persamaan
		terhadap kepuasan konsumen GoFood pada masa pandemi.		
2	Aulia Indah sari “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan GoJek Online” (Studi mahasiswa pengguna layanan gofood dan goride) Tahun 2020. <sup>13</sup>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>variable</i> ada pengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan Gojek. Terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan.	Perbedaan penelitian ini yaitu pada <i>sample</i> yang diambil sebanyak 114 responden pelanggan GoJek khusus pada layanan GoFood dan GoRide.	Penelitian ini sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik pengambilan sampling yaitu <i>proporsional random sampling</i> dan Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner atau angket tertutup

---

<sup>13</sup> Aulia Indah sari, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Go-Jek Online (Skripsi: Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2020), h. 40.

No	Nama/Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan	Persamaan
				menggunakan skala <i>linkert</i> .
3	Dedi Wahyudi Judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Bisnis Jasa Transportasi GoJek” Tahun 2022. <sup>14</sup>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pada pelanggan GoJek di Stasiun Depok Baru.	Penelitian ini memiliki perbedaan pada objek penelitian yang di lakukan yaitu di Stasiun Depok Baru pada pelanggan GoJek sementara <i>sample</i> dalam penelitian berjumlah 100 konsumen.	Penelitian ini sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik <i>sampling</i> yaitu <i>proporsional random sampling</i> dan metode pengumpulan data yaitu kuesioner, wawancara, observasi, dan dokumentasi.
4	Atika Zahra “Pengaruh	Hasil penelitian ini menunjukkan	Penelitian ini di lakukan di Kota	Penelitian ini memiliki

<sup>14</sup> Dedi wahyudi, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Bisnis Jasa Transportasi Go-Jek,” *Management & Accounting Expose*, Vol. 4, No. 1, (2022), h. 45.

No	Nama/Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan	Persamaan
	Kualitas Pelayanan, Persepsi harga, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Ojek <i>Online</i> ” Tahun 2017. <sup>15</sup>	bahwa kualitas pelayanan dan harga secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi ojek <i>online</i> Gojek di Kota Yogyakarta.	Yogyakarta dengan judul yang berbeda dan <i>sample</i> yang di ambil berjumlah 110 konsumen.	kesamaan pada metode penelitian kuantitatif dengan teknik <i>sampling</i> yaitu <i>purposive sampling</i> dan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner..
5	Deny Fajar Rianto “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek, dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan	Hasil penelitian ini di simpulkan bahwa bahwa kualitas pelayanan, citra merek, dan harga secara parsial berpengaruh	Variable dalam penelitian ini adalah <i>variable</i> bebas yaitu kualitas pelayanan, citra merek dan persepsi harga serta <i>variable</i>	Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik <i>sampling</i> yaitu <i>proporsional random</i>

<sup>15</sup> Atika Zahra, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Ojek Online” *Jurnal Manajemen dan Bisnis* Vol. 5, No. 2, (2017), h. 32.

No	Nama/Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan	Persamaan
	Pelanggan” (Studi Kasus Pada Omah Cukur Barbershop Kalikebo, Trucuk, Klaten) Tahun 2022. <sup>16</sup>	positif signifikan terhadap kepuasaan pelanggan.	terikat yaitu kepuasaan pelanggan	<i>sampling</i> dan teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner.

## H. Kerangka Berfikir

Perusahaan dalam menarik konsumen sangat membutuhkan kecerdasan dan kekreatifitasan para pelaku bisnis. Konsumen yang bermacam-macam tipe itu menjadi alasan mengapa sebuah perusahaan perlu merubah strategi, promosi, harga dan produknya. Dalam dunia bisnis persaingan sangat dibutuhkan untuk memotivasi lajunya perusahaan untuk maju sehingga diperlukan perencanaan strategi, salah satunya ialah strategi harga dan meningkatkan kualitas layanan guna meningkatkan kepuasan pelanggan.<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup> Deny Fajar Rianto, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek, dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan, (Skripsi: Fakultas Ekonomi Universitas Widya Dharma Klaten, 2022), h. 25.

<sup>17</sup> Hakim m. Lukman “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan” (Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negri SMH Banten, 2018) h. 8.

Kepuasan pelanggan menurut Irawan adalah jika suatu harga murah maka pelanggan akan merasa puas membeli produk itu. Menurut Kotler kepuasan pelanggan dilihat dari kualitas layanan. Jadi untuk mendapatkan pelanggan yang puas harus memberikan kualitas layanan yang bagus dengan harga yang murah, maka pelanggan yang menggunakan jasa kita akan merasa puas.<sup>18</sup>

Selain kualitas layanan, kepuasan pelanggan juga memperhatikan tingkat harga. Harga adalah salah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, unsur-unsur lainnya menghasilkan biaya. Harga adalah unsur bauran pemasaran yang paling mudah disesuaikan ciri-ciri produk, saluran, bahkan promosi membutuhkan lebih banyak waktu. Harga juga mengkomunikasikan posisi nilai yang dimaksudkan perusahaan tersebut kepada pasar tentang produk dan mereknya. Dapat dijelaskan dari pengertian di atas bahwa unsur-unsur bauran pemasaran yang dimaksud adalah harga, produk, saluran, dan promosi, yaitu apa yang dikenal dengan istilah empat P (*price, product, place, dan promotion*). Harga bagi suatu usaha atau badan usaha menghasilkan pendapatan (*income*), adapun unsur-unsur bauran pemasaran lainnya yaitu *product* (produk), *place* (tempat) dan *promotion* (promosi)

---

<sup>18</sup> Fahmi Firdaus Rafliansah, *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen*, (Skripsi Universitas Diponegoro, Semarang), h. 391.

menimbulkan biaya atau beban yang harus ditanggung oleh suatu usaha atau badan usaha.<sup>19</sup>

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan dan bagaimana cara untuk mencari tahu apa yang menciptakan nilai bagi konsumen dan perusahaan harus memberikan nilai tersebut. Oleh karena itu, kualitas pelayanan harus mendapat perhatian yang serius dari manajemen organisasi jasa. Untuk menetapkan kualitas pelayanan yang ingin dicapai oleh sebuah organisasi jasa, terlebih dahulu organisasi tersebut harus mempunyai tujuan yang jelas.<sup>20</sup>

Semakin berkualitas produk dan jasa yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan semakin tinggi. Bila kepuasan pelanggan semakin tinggi, maka dapat menimbulkan keuntungan bagi badan usaha tersebut. Demikian pula sebaliknya, jika tanpa ada kepuasan, maka dapat mengakibatkan pelanggan pindah ke produk lain.

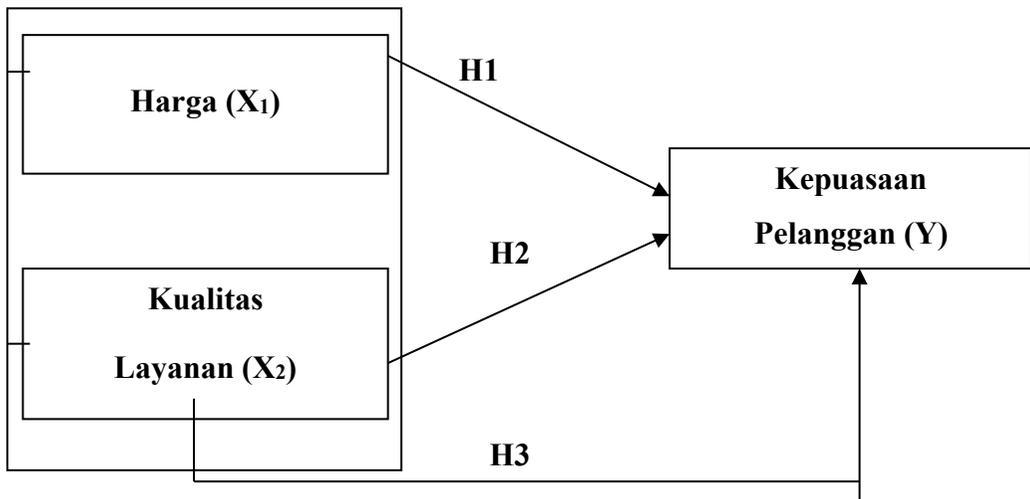
Agar dapat mempermudah dalam pemahamannya, maka dibuatlah bagan dan seperti berikut:

---

<sup>19</sup> Gloria J.M Sianipar, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online, *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 19, No. 2, (2019), h. 184.

<sup>20</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Indeks, 2004), h. 18.

**Gambar 1.1**  
**Kerangka Pemikiran**



## **I. Sistematika Penulisan**

Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah:

### **Bab I : Pendahuluan**

Pada bab ini, terdapat uraian tentang latar belakang masalah yang menjelaskan alasan mengapa penelitian ini penting dilakukan. Selain itu, juga terdapat identifikasi masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka pemikiran, dan sistematika pembahasan yang akan di jelaskan.

### **Bab II : Kajian Teoritis**

Bab ini akan menguraikan kajian teoritis yang mencakup dasar teori yang akan dibahas dalam penelitian ini, hubungan antara variable-variable, serta penelitian terdahulu dan hipotesis penelitian.

**Bab III : Metodologi Penelitian**

Bab ini meliputi waktu dan tempat penelitian, jenis metode penelitian, populasi dan sampel. Data dan sumber data, teknik pengumpulan dan pengolahan data serta teknik analisis data.

**Bab IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian dan hasil penelitian dari analisis data yang digunakan dalam penelitian.

**Bab V : Penutup**

Bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran-saran dari hasil penelitian yang diperoleh.