

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Transportasi merupakan sarana yang sangat penting dalam mendukung aktifitas atau mobilitas manusia setiap harinya sehingga harus dipersiapkan dengan baik dan aman karena sangat berpengaruh dalam kegiatan-kegiatan seperti perekonomian, pengiriman barang atau jasa, Angkutan penumpang dan sebagainya dari berbagai jenis alat transportasi di Indonesia seperti, darat, laut dan udara, Transportasi darat merupakan salah satu yang diberi perhatian khusus oleh pemerintah dan para pengguna jasa transportasi karena disamping murah sampai dengan saat ini transportasi darat masih merupakan primadona bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan sarana transportasi perusahaan-perusahaan menawarkan berbagai alternatif penggunaan sarana transportasi darat seperti kendaraan roda empat, roda dua, bahkan kereta api. Sebagai salah satu sarana transportasi yang banyak dipergunakan masyarakat Indonesia, Jasa gojek *online* Indonesia menawarkan berbagai alternatif penyediaan jasa yang telah tersedia diberbagai kota besar pada khususnya guna membantu masyarakat dalam melakukan kegiatan kesehariannya, seperti aktivitas pekerjaan, kuliah, *travelling*, penelitian, perdagangan maupun perkerjaan lainnya. (Ida Farida, dkk, 2016).

Pertumbuhan teknologi semakin hari terus berkembang sehingga manusia beradaptasi dan memanfaatkan untuk memudahkan dalam pekerjaan sehari – hari. Mulai dari jualan *online*, transaksi *online*, Bekerja *online* bahkan sampai kepada hal yang belum terpikir sekalipun. Hal inilah yang dimanfaatkan oleh beberapa perusahaan untuk mengembangkan usahanya lebih kreatif, dan ini juga dimanfaatkan sehingga munculah gojek yang berbasis *online*. Pada awalnya internet ini dimanfaatkan seseorang untuk jasa pengiriman barang dengan menggunakan gojek dan semakin berkembangnya teknologi saat ini dengan menggunakan *smartphone* serta aplikasi yang mudah digunakan. Sampai saat ini hal tersebut dimanfaatkan oleh perusahaan yang menaungi

ojek

online seperti gojek. (Juhaeri, 2019) Menurut Kotler dan Keller (2013:351) dalam Algyansyah (2014) dalam membeli produk konsumen melihat pada diferensiasi yang dimiliki oleh produk tersebut, diferensiasi produk meliputi bentuk fitur, penyesuaian, kualitas kinerja, kualitas kesesuaian, ketahanan, keandalan, kemudahan perbaikan, gaya, desain. Tjiptono (2004) dalam Haris (2015) menyatakan pada dasarnya ada empat jenis tujuan penetapan harga yaitu tujuan berorientasi pada laba, tujuan berorientasi pada volume, tujuan berorientasi pada citra, tujuan berorientasi pada harga, dan tujuan-tujuan lainnya. Kotler dan Armstrong (2008:63) dalam Imam (2015), Menyatakan bahwa tempat distribusi adalah kegiatan yang dilakukan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran. Promosi merupakan salah satu peubah di dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produknya (Haris:2015).

Bahwa pentingnya orang dalam pemasaran jasa mengarah pada minat yang lebih besar dalam pemasaran internal. Bahwa sarana fisik (*Physical Evidence*) ini merupakan suatu hal yang turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang ditawarkan. Bahwa proses adalah semua prosedur aktual, mekanisme dan aliran aktivitas dengan nama jasa disampaikan yang merupakan sistem penyajian atau operasi jasa, Produsen hendaknya mengetahui keadaan yang terjadi di lapangan sehingga dapat meningkatkan produk yang bersifat jasa transportasi sesuai dengan keinginan para pelanggannya. Berbagai macam jasa transportasi yang ditawarkan membuat konsumen mengambil keputusan menjadi lebih selektif dalam proses pengambilan keputusannya, Perusahaan jasa transportasi pun harus melakukan usaha untuk menarik konsumen agar membeli dan menggunakan jasanya.

Harga merupakan faktor yang sangat penting yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, dimana persepsi harga muncul ketika seseorang ingin melakukan suatu pembelian. Persepsi harga yang berkaitan dengan bagaimana suatu informasi tentang harga dapat dimengerti seutuhnya pada konsumen dan dapat memberikan makna penting bagi konsumen dalam

melakukan pembelian suatu produk. Salah satunya adalah mengadakan promosi, Program promosi yang dilakukan sebagian besar bertujuan jangka pendek yaitu menciptakan pembelian pada saat itu juga. Secara garis besar strategi ini bertujuan agar apa yang ditawarkan dalam promosi tersebut dianggap memihak atau menguntungkan oleh konsumen sehingga pembelian dapat terjadi.

Peneliti tertarik untuk menjadikan PT Gojek Indonesia sebagai objek penelitian karena banyak hal yang mempengaruhi keputusan pembelian penggunaan jasa yang dilakukan konsumen dalam pembelian sangat dipengaruhi oleh Produk jasa, Persepsi harga, dan Promosi dalam keputusan menggunakan ojek online

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk menyusun skripsi dengan Judul “**Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengguna Wanita dalam Menggunakan Gojek Online di Kota Semarang**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka permasalahan penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

- a. Apakah produk jasa berpengaruh terhadap pengguna wanita dalam menggunakan gojek *online* di Kota Semarang ?
- b. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap pengguna wanita dalam menggunakan gojek *online* di Kota Semarang ?
- c. Apakah promosi berpengaruh terhadap pengguna wanita dalam menggunakan gojek *online* Kota Semarang ?
- d. Apakah produk jasa, Persepsi harga, Promosi berpengaruh terhadap pengguna wanita dalam menggunakan gojek *online* di Kota Semarang?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu antara lain :

- a. Untuk menganalisis pengaruh produk jasa terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan gojek *online* di Kota Semarang.
- b. Untuk menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap keputusan

konsumen dalam menggunakan gojek *online* di Kota Semarang.

- c. Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan gojek *online* di Kota Semarang.
- d. Untuk menganalisis pengaruh, Produk jasa, Persepsi harga, dan Promosi terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan gojek *online* di Kota Semarang.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

1. Bagi Penulis

- a. Sebagai cara untuk menerapkan teori yang diperoleh dibangku kuliah dan mengaplikasikan dengan kenyataan yang ada serta menambah pengalaman, dan pengetahuan penulis akan masalah-masalah yang terjadi pada kegiatan transportasi khususnya transportasi darat.
- b. Memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Jurusan Manajemen Transpor di Universitas Maritim AMNI Semarang.

2. Bagi Universitas Maritim AMNI Semarang.

Agar bisa dijadikan bahan referensi untuk taruna/taruni junior Universitas Maritim AMNI Semarang dan juga syarat untuk meluluskan taruna/taruni-nya.

3. Bagi Instansi

Bagi perusahaan dengan hasil penelitian ini maka dapat dijadikan sebagai acuan untuk mengembangkan produk jasanya sesuai dengan apa yang menjadi kebutuhan konsumen menggunakan gojek sebagai sarana transportasi.

4. Bagi Pembaca

Sebagai bahan referensi dan menambah wawasan, pengetahuan dan kesempatan untuk memperdalam serta menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh dibangku kuliah.

1.4. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran tentang penelitian yang akan dilakukan maka dibuatlah sistematika penulisan yang akan memberikan informasi tentang isi dari masing-masing bab, adapun sistematika penulisannya adalah sebagai berikut :

Bab 1 Pendahuluan

Merupakan bagian awal skripsi yang menguraikan latar belakang masalah, Rumusan masalah, Tujuan dan kegunaan penelitian, dan Sistematika penulisan.

Bab 2 Tinjauan Pustaka

Merupakan bagian kedua dari skripsi yang menguraikan landasan teori-teori dan tinjauan pustaka yang mendasari penelitian, Kerangka pikir penelitian dan hipotesis.

Bab 3 Metode Penelitian

Merupakan bagian ketiga dari skripsi yang berisi tentang variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan sampel, jenis dan sumber data, serta metode analisis data.

Bab 4 Hasil dan Pembahasan

Merupakan bab yang menguraikan gambaran umum, obyek penelitian, responden penelitian dan analisis data.

Bab 5 Penutup

Berisi tentang kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN LAMPIRA