BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era milenial ini populasi dan mobilitas manusia mengalami peningkatan yang sangat signifikan setiap tahunnya. Akibat dari perkembangan zaman tersebut kondisi kota semakin padat oleh segala aktivitas masyarakatnya dan salah satu akibatnya menimbulkan meningkatnya penggunaan sarana transportasi di kota-kota besar termasuk Surabaya. Kemajuan pada bidang teknologi informasi yang sangat pesat memberikan pengaruh yang besar terhadap berbagai aspek kehidupan manusia.

Transportasi sudah menjadi kebutuhan utama masyarakat saat ini, karena transportasi dapat menyediakan keefektifan dalam pekerjaan dan sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Perkembangan teknologi sendiri telah menciptakan inovasi baru dibidang transportasi yaitu transportasi onlinesehingga para konsumen dapat dengan mudah memesanjasa transportasi onlinemelalui ponsel pribadi tanpa perlu mencari secara manual. Pelaku bisnis transportasi online yang menjadi pelopor saat ini yaitu Gojek dan Grab.



Gambar 1.1
Data Tingkat Kepuasan Pelanggan Tahun 2023
Sumber : *goodstats.id*

Berdasarkan data GoodStats tahun 2023, Gojek menjadi layanan transportasi online yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia dengan persentase sebesar 54,4%, sedangkan Grab hanya memperoleh 29,9%. Data tersebut menunjukkan bahwa Grab masih berada di bawah pesaing utamanya dalam hal preferensi penggunaan masyarakat. Kondisi ini mengindikasikan bahwa Grab perlu meningkatkan berbagai aspek yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggannya agar mampu bersaing dan mempertahankan pengguna.



Gambar 1.2
Data Tingkat Kepuasan Pelanggan Tahun 2024
Sumber *: Goodstats.id*

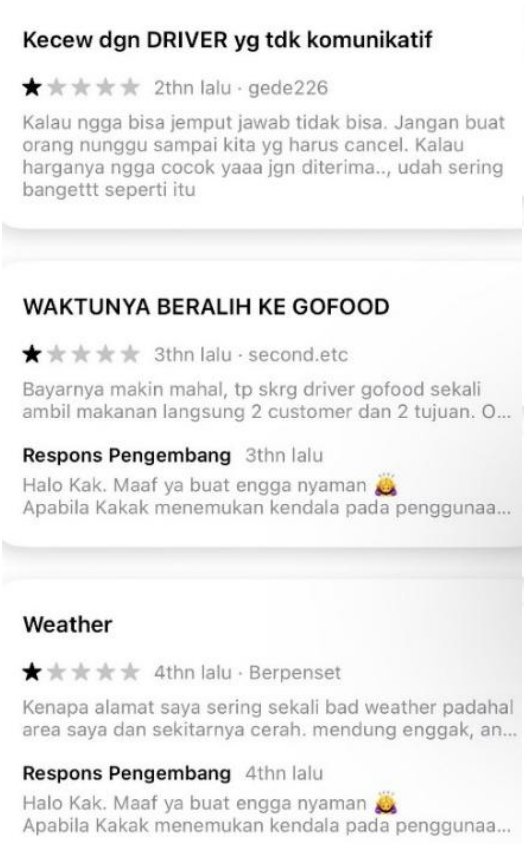
Berdasarkan survei GoodStats tahun 2024, layanan milik pesaing Grab memperoleh penilaian yang lebih baik dalam aspek keamanan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa Grab masih menghadapi tantangan dalam membangun persepsi positif konsumen terhadap kualitas layanannya. Kondisi ini dapat

memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan apabila tidak segera ditangani. kepercayaan dan pilihan konsumen di industri layanan berbasis aplikasi.

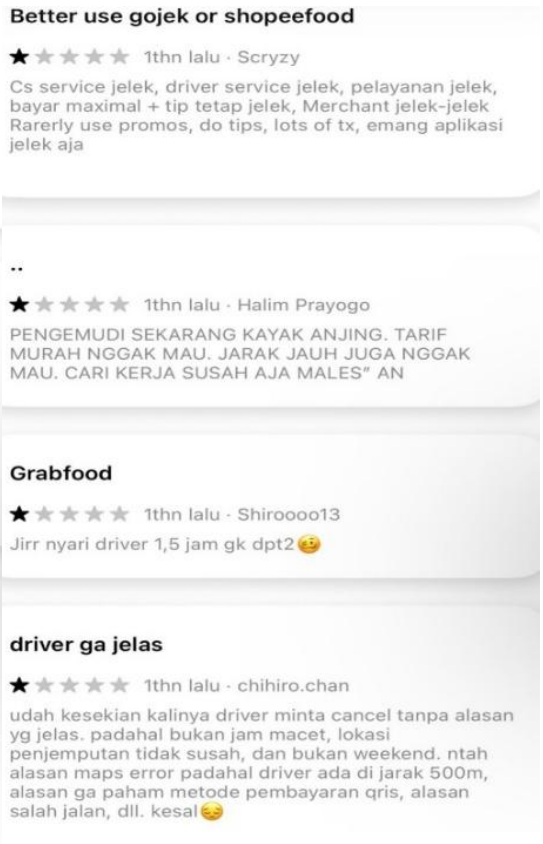


Gambar 1.3
Data Tingkat Kepuasan Pelanggan Tahun 2025
Sumber *: Survei surV by Lokadata*

Selain itu, data Lokadata tahun 2025 menunjukkan bahwa tingkat penggunaan Gojek mencapai 79%, sedangkan Grab sebesar 65%. Perbedaan tersebut memperlihatkan bahwa Grab masih menghadapi tantangan dalam mempertahankan loyalitas dan kepuasan pelanggan di tengah persaingan industri transportasi online yang semakin kompetitif.



Gambar 1.5
Ulasan pelanggan tahun 2024-2025
Sumber : Aplikasi Grab



Gambar 1.4
Ulasan pelanggan tahun 2021-2025
Sumber : Aplikasi Grab

Fenomena tersebut juga diperkuat oleh berbagai ulasan pengguna Grab yang mengeluhkan adanya kendala dalam penggunaan layanan, seperti lamanya proses mendapatkan pengemudi, pengemudi yang meminta pembatalan pesanan, gangguan pada aplikasi, kurang responsifnya layanan pelanggan, serta promosi yang dianggap kurang menarik. Berbagai keluhan tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan pelanggan dengan kinerja layanan yang diterima sehingga berpotensi memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

Penelitian ini diawali dengan pra-survei yang dilakukan oleh peneliti untuk memperoleh gambaran awal mengenai persepsi dan tingkat pengguna Grab.

Table 1.1
Kuesioner Pra Survey pada pengguna Grab di Kabupaten Kuningan

Pernyataan	Tidak	Persen (%)	Ya	Persen (%)
Proses pemesanan dan konfirmasi perjalanan di aplikasi Grab berjalan dengan cepat?	24	60%	16	40%
Ketepatan tarif yang ditampilkan dengan biaya akhir perjalanan meningkatkan kepuasan saya terhadap Grab?	26	65%	14	35%
saya jarang mengalami kendala teknis (error, bug, atau kesulitan akses) saat menggunakan aplikasi Grab?	32	80%	8	20%
Apakah promo yang ditawarkan menarik minat Anda untuk menggunakan layanan?	26	65%	14	35%
Apakah Anda merasa aman selama menggunakan layanan transportasi online?	27	67,5%	13	32,5%

Untuk memperkuat fenomena penelitian, peneliti melakukan pra-survei terhadap 40 pengguna Grab di Kabupaten Kuningan. Hasil pra-survei menunjukkan bahwa 80% responden menyatakan masih mengalami kendala teknis pada aplikasi Grab, 65% responden menilai promosi yang diberikan kurang menarik, 67,5% responden merasa kurang aman saat menggunakan layanan Grab, dan 65% responden menilai tarif yang dibayarkan belum sepenuhnya sesuai dengan manfaat yang diperoleh. Temuan tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat permasalahan yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan Grab di Kabupaten Kuningan.

Permasalahan tersebut diduga berkaitan dengan beberapa faktor. Keluhan mengenai lambatnya pelayanan, kendala aplikasi, dan rasa aman pengguna mengindikasikan adanya permasalahan pada kualitas pelayanan. Penilaian pelanggan terhadap manfaat yang diterima dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan dapat memengaruhi citra merek Grab di benak konsumen. Sementara itu, promosi yang dinilai kurang menarik dapat menyebabkan pelanggan merasa kurang puas terhadap layanan yang digunakan.

Penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang belum konsisten mengenai pengaruh kualitas pelayanan, citra merek, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan. Sinurat (2018) dan Rivai *et al* (2019) menyatakan bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sebaliknya, Kurniawan dan Hidayanti (2019) Penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang tidak konsisten mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga perlu dilakukan pengujian kembali pada pengguna Grab di Kabupaten Kuningan.

Berdasarkan fenomena persaingan transportasi online, berbagai keluhan pengguna Grab, hasil pra-survei pada pengguna Grab di Kabupaten Kuningan, serta adanya perbedaan hasil penelitian terdahulu, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek, dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Grab (Survei pada Pengguna Grab di Kabupaten Kuningan)."**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas pelayanan, citra merek, dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Grab.
2. Bagaimana kualitas pelayanan Grab berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
3. Bagaimana citra merek Grab berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
4. Bagaimana promosi Grab berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan Grab terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra merek Grab terhadap kepuasan pelanggan.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh promosi yang dilakukan oleh Grab terhadap kepuasan pelanggan.

4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, citra merek, dan promosi Grab secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis, sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
   a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan memperkaya kajian teori dalam bidang manajemen pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, citra merek, promosi, dan kepuasan pelanggan.
   b. Dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang ingin meneliti faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan dalam industri layanan transportasi online.
2. Manfaat Praktis
   a. Bagi manajemen Grab, hasil penelitian ini dapat memberikan masukan strategis dalam meningkatkan kualitas pelayanan, membangun citra merek yang kuat, dan merancang strategi promosi yang lebih efektif guna meningkatkan kepuasan pelanggan.
   b. Bagi pelanggan, penelitian ini dapat memberikan gambaran tentang faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan mereka dalam menggunakan layanan Grab, sehingga dapat membantu mereka menilai kualitas layanan yang diterima.
   c. Bagi peneliti lain, penelitian ini dapat menjadi bahan acuan atau pembanding dalam penelitian serupa di masa mendatang.