

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Kemajuan teknologi dan informasi sangat mendominasi dari berbagai lini kehidupan seperti yang kita rasakan pada saat ini. Adanya inovasi dari sebuah teknologi sangatlah dibutuhkan untuk tuntutan zaman yang terus berkembang. Perkembangan teknologi ini mempunyai peran yang signifikan terhadap perubahan cara berfikir seseorang, kegiatan bersosialisasi, berkomunikasi dan bahkan mengubah cara bekerja seseorang. Hal ini juga menimbulkan suatu tantangan yang baru yang harus dihadapi oleh generasi mendatang supaya dapat tetap bersaing dengan perubahan zaman yang ada. Tidak heran lagi banyak perusahaan-perusahaan besar berlomba-lomba untuk membuat inovasi baru supaya dapat beradaptasi dengan perubahan pasar yang ada.

Teknologi dari segi perkembangannya banyak dimanfaatkan oleh perusahaan-perusahaan untuk mendirikan usaha yang berbasis online seperti halnya pada sektor jasa transportasi. Jasa transportasi merupakan suatu hal yang penting dalam mendukung kegiatan individu dalam kesehariannya seperti bersekolah, bekerja, serta dalam berbagai aktivitas lainnya (Puspitasari & Aprileny, 2019). Jasa transportasi berupa ojek online merupakan salah satu bukti adanya inovasi dari perkembangan kemajuan teknologi yang ada. Transportasi ojek jika dahulu berstatus berkepemilikan tunggal serta masih dikelola dengan konvensional, namun

pada saat ini ojek sudah berevolusi menjadi berbasis online yang mengelola bukan lagi dari perseorangan melainkan dikelola oleh perusahaan dan secara profesional.

Aplikasi Grab merupakan salah satu inovasi jasa transportasi berbasis online serta dikelola secara profesional hal ini merupakan perwujudan pemanfaatan kemajuan dari sebuah teknologi. Grab adalah jasa layanan aplikasi transportasi online yang menjadi opsi masyarakat Indonesia dalam memesan ojek online (Atmaja, 2023). Aplikasi Grab merupakan salah satu transportasi online yang sudah populer di kawasan Asia Tenggara terutama di Indonesia. Aplikasi Grab sudah tidak bisa terpisahkan dari keseharian orang-orang dalam mencari jasa transportasi online untuk memesan layanan pengantaran makanan, ojek sepeda motor, ojek kendaraan roda empat dan lain sebagainya. Grab dalam rangka membangun ekonomi di kawasan Asia Tenggara juga turut berkontribusi dalam investasi dalam inisiatif sosial dan berkelanjutan.

Loyalitas suatu pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti dari tingkat *perceived ease of use*, *E-service quality*, dan *Brand trust* (Izzah *et al.*, 2022). Loyalitas Pelanggan adalah suatu hal yang menunjukkan komitmen untuk terus menggunakan produk dan layanan yang ditawarkan oleh penyedia layanan secara konsisten dan berkelanjutan (Rachmawati *et al.*, 2017). Loyalitas pelanggan juga diartikan sebagai respon yang bagus dari pelanggan yang membuat mereka melakukan pembelian yang berulang-ulang (Rarasati & Shihab, 2022). Dengan adanya pelayanan yang maksimal akan menciptakan rasa puas tersendiri bagi seorang pelanggan,

dari rasa puas akan menimbulkan rasa percaya terhadap perusahaan dan tahap yang penting akan membentuk loyalitas yang baik antara pelanggan dengan perusahaan (Izzah *et al.*, 2022). Dalam dunia usaha, perusahaan harus mencari peluang perdagangan supaya menjaga kapasitas pelanggan bertahan sebagai pelanggan yang loyal (Pramita, 2021).

Kemudahan penggunaan atau *ease of use* adalah suatu tahap rasa percaya dari seseorang terhadap pemikiran jika pembelajaran, pemakaian, serta penggunannya menghadirkan suatu perasaan lega (Farahdibaj *et al.*, 2023). Definisi lain dari kemudahan penggunaan adalah keyakinan seseorang di dalam menggunakan suatu teknologi dengan bebas usaha Jogiyanto dalam (Izzah *et al.*, 2022). Pelanggan lebih cenderung loyal terhadap suatu merek atau layanan jika mereka menganggapnya mudah digunakan dan dipahami (Davis, 1989). Kemudahan pengoperasian ini, membuat para pengguna merasa nyaman dan akan senantiasa loyal. Loyalitas dari adanya kemudahan penggunaan pada suatu layanan bisa dilihat berdasarkan penggunaannya dari kalangan muda sampai dewasa. Masyarakat kebanyakan cenderung lebih memilih suatu layanan yang praktis, cepat, dan pemesanannya mudah sehingga akan mempengaruhi loyalitasnya (Pramita, 2021).

*E-service quality* adalah ukuran dari kualitas pelayanan yang berbasis elektronik untuk menilai rasa puas dari seorang pelanggan dalam proses penyediaan fasilitas layanan yang efisien dan efektif (Baistama Putra & Martini, 2021). *E-service quality* merupakan kesanggupan perusahaan dalam memberikan layanan yang secara online kepada para pelanggan, supaya bisa memberikan pelayanan yang diminati pelanggan (Rufina et al., 2021). *E-service quality* juga menjadi salah satu faktor dari loyalitas seorang pengguna layanan berbasis online. *E-service quality* juga bisa sebagai penentu dari keberlangsungan jangka panjang dari suatu perusahaan (Nurkhomaria et al., 2022).

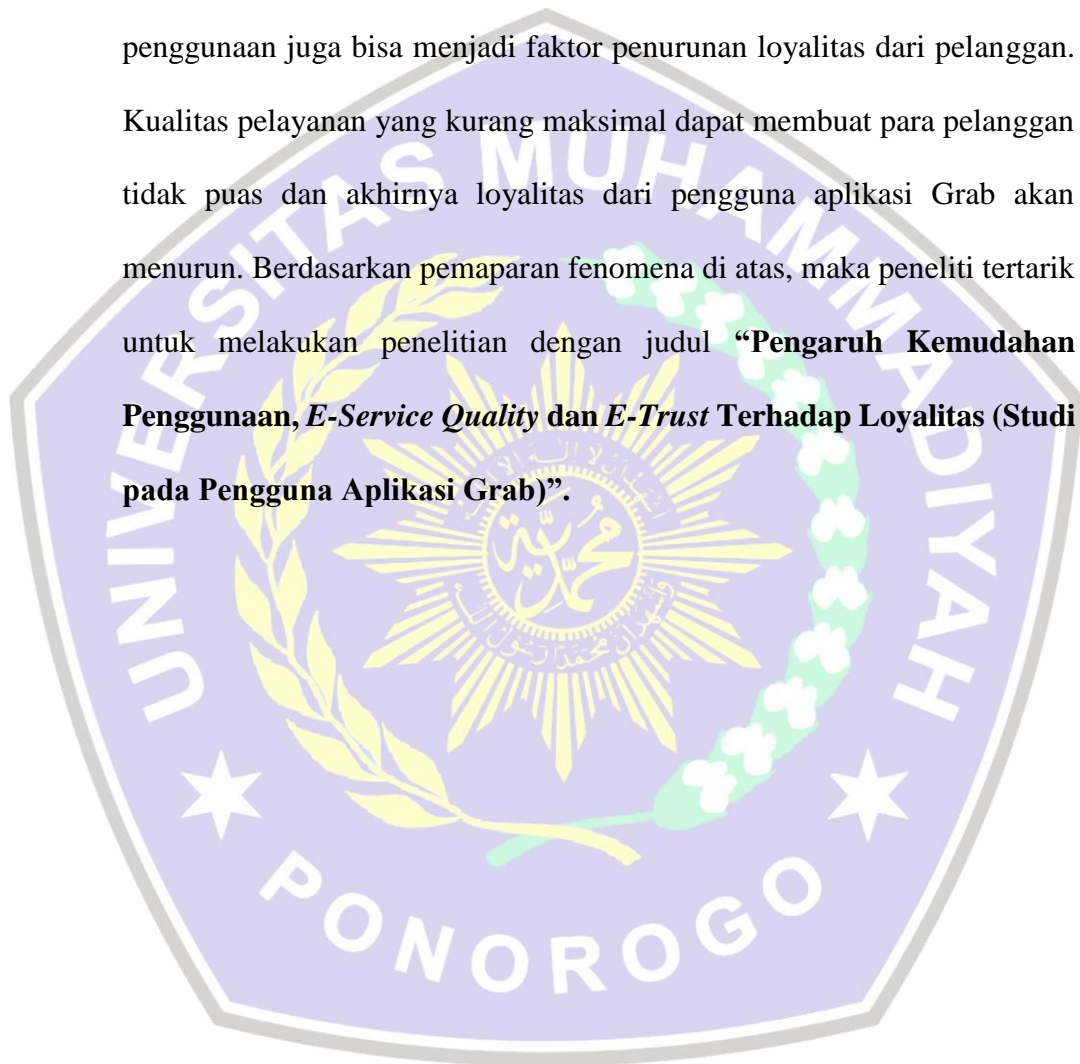
*E-trust* salah satu hal penting untuk menunjang loyalitas pengguna terhadap suatu layanan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan yang bersangkutan. *E-trust* adalah suatu tingkat ukuran rasa kepercayaan pelanggan dan komitmen kepada suatu produk (Apriliani et al., 2020). *E-trust* juga merupakan keyakinan pelanggan dari adanya kualitas jasa ataupun barang yang ada (Sulistiywati, 2022). Tingkat kemampuan dari suatu aplikasi yang memberikan layanan secara maksimal serta selalu mempertahankan reputasinya, dengan sendirinya akan membentuk rasa percaya atau *E-trust* dari pelanggan serta akan berimbas baik pada munculnya sikap loyal dari pelanggan (Atmaja, 2023).



Ponorogo merupakan pusat dari pendidikan serta pusat bekerja sehingga, banyak di jumpai pelajar dan pekerja yang merupakan anak kost. Perbandingan jarak rumah dengan sekolah maupun tempat kerja yang jauh dan kebanyakan dari mereka tidak membawa kendaraan pribadi. Layanan jasa transportasi online menjadi alternatif dalam mengatasinya. Grab dan Gojek merupakan aplikasi ojek online yang mendominasi di wilayah Ponorogo. Aplikasi Grab pastinya sudah tidak asing lagi di telinga masyarakat Ponorogo. Bulan Mei tahun 2023 menurut (Zulfikar, 2023) dalam unggahan di portal berita *pilar.id*, di wilayah Ponorogo telah hadir aplikasi layanan transportasi baru yaitu aplikasi Maxim. Aplikasi Maxim ini berusaha memperluas daerah operasionalnya ke berbagai wilayah di Indonesia termasuk di wilayah Ponorogo, dengan demikian persaingan jasa transportasi online yang ada di Ponorogo semakin bertambah.

Hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada periode 2019-2020 menunjukkan jika , aplikasi Grab menjadi urutan pertama dengan presentase sebesar 21,3% responden yang sering menggunakan aplikasi Grab saat bepergian (bayu jarot, 2020). Namun pada tahun 2022, berdasarkan survei INDEF menunjukkan jika masyarakat Indonesia paling banyak menggunakan aplikasi Gojek untuk pilihan pertama dalam memilih transportasi online sebesar 82,6% dan Grab sebesar 57,3% menjadi urutan ke dua (Ahdiat, 2022). Dari beberapa fakta tersebut menunjukkan jika loyalitas pengguna Grab mengalami penurunan dalam kurun waktu 2 tahun.

Faktor-faktor yang melatarbelakangi penurunan loyalitas pengguna Grab seperti, adanya pesaing pada aplikasi yang sejenis dengan aplikasi Grab. Tingkat persaingan yang tinggi akan membuat para pengguna aplikasi layanan transportasi, meninjau aplikasi mana yang lebih memudahkan para pelanggan. Kualitas pelayanan dan keamanan penggunaan juga bisa menjadi faktor penurunan loyalitas dari pelanggan. Kualitas pelayanan yang kurang maksimal dapat membuat para pelanggan tidak puas dan akhirnya loyalitas dari pengguna aplikasi Grab akan menurun. Berdasarkan pemaparan fenomena di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kemudahan Penggunaan, *E-Service Quality* dan *E-Trust* Terhadap Loyalitas (Studi pada Pengguna Aplikasi Grab)”**.



## 1.2 Perumusan Masalah

Masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan dengan melalui pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap loyalitas pengguna aplikasi Grab di Ponorogo?
2. Apakah *e-service quality* berpengaruh terhadap loyalitas pengguna aplikasi Grab di Ponorogo?
3. Apakah *e-trust* berpengaruh terhadap loyalitas pengguna aplikasi Grab di Ponorogo?
4. Apakah kemudahan penggunaan, *e-service quality* dan *e-trust* berpengaruh terhadap loyalitas pengguna aplikasi Grab di Ponorogo?

## 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

### a. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka tujuan dan manfaat penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan ( $X_1$ ) terhadap loyalitas pengguna ( $Y$ ) aplikasi Grab di Ponorogo.
2. Untuk mengetahui pengaruh *e-service quality* ( $X_2$ ) terhadap loyalitas pengguna ( $Y$ ) aplikasi Grab di Ponorogo.
3. Untuk mengetahui pengaruh *e-trust* ( $X_3$ ) terhadap loyalitas pengguna ( $Y$ ) aplikasi Grab di Ponorogo.
4. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan ( $X_1$ ), *e-service quality* ( $X_2$ ) dan *e-trust* ( $X_3$ ) terhadap loyalitas pengguna ( $Y$ ) aplikasi Grab di Ponorogo.

## **b. Manfaat Penelitian**

### 1. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk menambah pengetahuan mengenai pengaruh kemudahan penggunaan, *e-service quality* dan *e-trust* terhadap loyalitas pengguna sebagai acuan penerapan materi disaat masa perkuliahan.

### 2. Bagi Universitas

Diharapkan penelitian ini berguna sebagai bahan referensi kepustakaan dalam bidang loyalitas pengguna.

### 3. Bagi Perusahaan

Dapat memberikan masukan dan kritik yang membangun bagi perusahaan Grab.

### 4. Peneliti Selanjutnya

Dapat dipergunakan sebagai sarana rujukan dalam melakukan penelitian khususnya yang berkaitan dengan pengaruh kemudahan penggunaan, *e-service quality* dan *e-trust* terhadap loyalitas pengguna.

