

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada jaman sekarang dalam ketenagakerjaan pasti banyak yang menggunakan dengan berbasis online atau aplikasi. Aplikasi tersebut bisa di unduh melalui Play Store atau Apps Store. Untuk memudahkan orang berangkat kerja pun mereka berangkat menggunakan transportasi yang telah disediakan. Pada alat transportasi ini pun sekarang sudah canggih melalui aplikasi yaitu gojek. Gojek adalah salah satu transportasi yang biasa kita sebut ojek *online* yang berbasis *online* dan caranya pun melalui aplikasi. Gojek merupakan pencetus ojek daring terbesar di Indonesia dan bernaung di bawah perusahaan PT Gojek Indonesia. Cara kerja gojek yaitu menggunakan aplikasi yang memanfaatkan media elektronik bisa *handphone*, atau *tablet (android atau IOS)* dan harus tersambung dengan internet. Para *customer* tidak usah menanti lama dan menunggu di jalan-jalan atau menghampiri ke pangkalan ojek, cukup kita menunggu ditempat yang sudah kita tandai melalui Maps yang sudah disediakan dan Gojek akan menjemput maupun mengantarkannya sampai pada tempat tujuan. Gojek pun juga menjadi salah satu perusahaan yang tercepat dan tumbuh berkembang dengan pesat.

Karena cara kerjanya pun bisa membuat para *customer* senang. Dengan identitas para *driver* gojek yaitu menggunakan jaket hijau dan helm hijau yang menjadi ciri khas para *driver* tersebut dan para *driver* pun

mendapat *customer* juga melalui aplikasi tersebut. Gojek didirikan oleh Nadiem Makarim yang sekarang adalah menteri pendidikan yang ada di Indonesia menunggu setoran lalu hanya dipanggil saja melalui telepon mereka. Lalu, Nadiem pun membuat aplikasi tersebut supaya bisa mengendalikannya melalui *handphone* yang sekarang sudah berbasis android maupun IOS. Nadiem pun memperkerjakan 20 orang pertama sebagai *driver* sebagai uji coba. Tetapi sebagai hal uniknya Nadiem sebagai CEO Gojek inipun hanya memperkenalkan kepada keluarganya saja. Setelah itu Nadiem pun membuat logo yang sudah lampirkan.



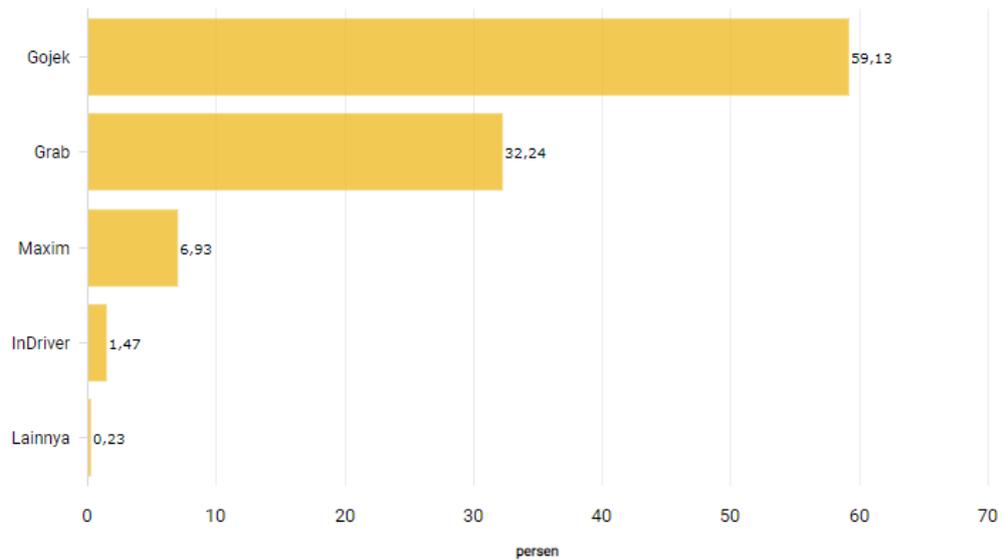
Sumber : (<https://www.tribunnewswiki.com/2019/07/22/solv-logo-terbaru-gojek-simpel-dan-penuh-makna>, 2019)

Gambar 1.1
LOGO GOJEK

Logo disebelah kiri adalah logo yang lama dan yang sebelah kanan yaitu yang baru. Lambang pun berinovasi pada gambar sebelah kanan yaitu melambangkan *slov*. *Slov* sendiri pun mempunyai makna yaitu bisa memecahkan masalah dan flexibel yaitu bisa dalam kalangan kecil maupun besar. Gojek sekarang memiliki fitur yang banyak tidak hanya ojek onlinenya

tetapi juga fitur lainnya seperti Gocar, Goride, Gofood, Gosend dan masih banyak lagi dengan sesuai kebutuhan masyarakat di bidang jasa tersebut.

Dalam Gojek pun masih ada keterlibatan pelanggan. Menurut Sung et al., (2021) mendefinisikan keterlibatan pelanggan sebagai perilaku yang berhubungan dengan proses transaksional dan non-transaksional yang berimplikasi pada merek dan kinerja organisasi di masa depan. Keterlibatan pelanggan terjadi melalui komunikasi merek interaktif dan pengalaman merek yang diciptakan bersama. Menurut Pezzuti et al., (2021) Eksperimen menunjukkan bahwa menggunakan kata-kata yang terkait dengan kepastian membuat merek tampak lebih kuat dan bahwa persepsi kekuatan merek mengarahkan konsumen untuk terlibat dengan merek. Pengaruh keterlibatan merek terhadap niat beli kembali secara konsisten mengungkapkan bahwa tingkat keterlibatan pelanggan dengan suatu merek memengaruhi niat perilaku di masa depan. Loyalitas merek dalam gojek yaitu memprioritaskan pelanggan dan pelanggan akan merasa puas dalam pelayannya. Bisa dilihat pun kekuatan merek lebih kuat dan bisa dibandingkan kekuatan merek yang besar yaitu Grab. Dilihat dari data bawah yang paling banyak Gojek di Indonesia, karena brand Gojek paling pertama masuk di Indonesia dalam kategori ojek online yang terlalu. Variabel niat beli, yaitu niatan para pembeli yang sudah berlangganan dan bisa saja menjadi member dalam aplikasi tersebut. Ketiganya memiliki Hubungan variabel yang begitu erat sehingga menyambung dengan satu sama lain.



Sumber : (<https://www.tribunnewswiki.com/2019/07/22/solv-logo-terbaru-gojek-simpel-dan-penuh-makna>, 2019)

GAMBAR 1. 2
DATA PENGGUNA GOJEK

Pada loyalitas merek gojek pun memberikan rasa positif pada pelanggan yaitu para pelanggan yakin dan merasa bahwa pilihannya ada di gojek karena tepat waktu dalam memberikan layanan, lalu para *driver* yang memberikan ucapan yang sopan, dan selalu berkomitmen dalam memberikan layanan. Gojek pun juga masih disaingkan dengan Grab. Sama-sama bersaing dalam hal pelayanan tetapi aplikasi Gojek mampu menyaingi karena kekuatan merek Gojek yang dilandasi pertama kali di Indonesia Ojek yang menggunakan aplikasi. Kekuatan merek gojek pun dikatakan sangat cukup kuat karena adanya sebuah logo yang mungkin tidak ada yang bisa menyamakan atau pun memplagiat merek tersebut. Gojek pun memperkuat merek-nya melalui televisi, media sosial seperti Youtube, Tik Tok, Instagram, ataupun Facebook karena

Gojek menjadikan juga kaum milenial menjadi sasaran utama untuk menjadi kekuatan merek lebih kuat. Dan berhubungan dengan niat beli para pelanggan yang sangat pesat. Seperti contoh para pekerja kantor yang malas keluar kantor untuk mencari makan. Bisa juga memesan juga hanya lewat aplikasi saja. Lalu, seperti pelajar yang akan berangkat ke sekolah hanya menggunakan aplikasi saja sudah memesan ojek dari rumah dan diantar sampai selamat. Niat para pembeli ini menjadikan wujud dalam keterlibatan pelanggan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka permasalahan dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah keterlibatan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas merek pada Gojek?
2. Apakah persepsi kekuatan merek berpengaruh positif terhadap keterlibatan pelanggan pada Gojek?
3. Apakah niat beli berpengaruh positif terhadap keterlibatan pelanggan pada Gojek ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas tujuan yang ingin di capai dalam penelitian ini adalah :

1. Menguji pengaruh positif Loyalitas Merek terhadap keterlibatan pelanggan pada Gojek.

2. Menguji pengaruh positif Kekuatan Merek terhadap keterlibatan pelanggan pada Gojek.
3. Menguji pengaruh positif Niat Beli terhadap keterlibatan pelanggan pada Gojek.

1.4 Manfaat Penelitian

Pada penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang teritoris, berwawasan tinggi, dan mengerti akan ilmu dalam hal pemasaran kepada pembaca dari hasil penelitian secara luas dan menyeluruh sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan bagi perusahaan untuk dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan dalam pelayanan dan memberikan masukan untuk meningkatkan penjualan dalam layanan Gojek di PT. Goto Gojek Tokopedia Tbk.

2. Bagi peneliti

Hasil peneliti ini diharapkan mampu untuk menambah referensi bagi penulis lain yang ingin melakukan penelitian ulang khususnya bagi peneliti yang mengambil konsentrasi pemasaran.

3. Bagi Universitas Hayam Wuruk Perbanas.

Sebagai referensi atau bahan acuan bagi mahasiswa yang ingin melakukan penelitian kembali khususnya dalam manajemen pemasaran dan juga dapat menambah koleksi perbendaharaan bagi perpustakaan Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya.

1.5 Sistematika Penulisan

Metodologi penelitian ini akan disajikan dalam tiga bab diantaranya:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah serta sistematika penulisan skripsi

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan landasan teori yang menjadi dasar dalam perumusan hipotesis dan analisis penelitian, penelitian terdahulu, serta diuraikan dan digambarkan kerangka pemikiran data penelitiannya

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang mengenai rancangan penelitian yang dijadikan sebagai gambaran secara garis besar tahapan awal dalam penelitian sampai dengan metode yang akan digunakan dalam menyelesaikan permasalahan yang terjadi.

BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini serbagi dalam sub bab yang terdiri dari gambaran penelitian, analisis data serta pembahasan.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian dan juga saran