

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kehadiran Go-jek di 50 kota di seluruh Indonesia telah banyak membantu konsumen Indonesia karena kualitas layanan yang baik yang membuat konsumen selalu setia dengan layanan transportasi online tersebut. Hal tersebut membuktikan bahwa layanan transportasi online (Go-jek) merupakan solusi berkendara yang aman untuk konsumen. Selain mudah dan harga yang terjangkau, keamanannya pun bisa terjamin dikarenakan driver selalu terpantau dengan aplikasi. Hal ini memberikan rasa aman dan nyaman bagi pengguna. Go-jek hadir membawa manfaat bagi masyarakat khususnya bagi masyarakat yang tidak ingin kerja terikat waktu.

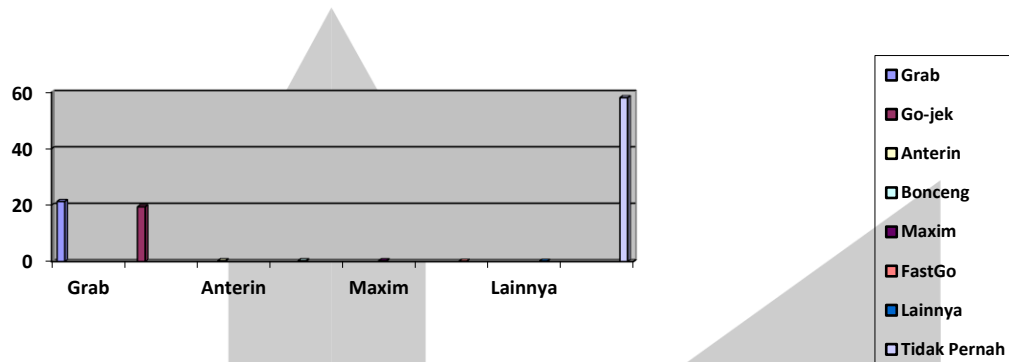
Hal ini sangat membantu masyarakat yang ingin menambah penghasilan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Karena Go-jek menerapkan sistem bagi hasil dimana 80 persen keuntungan diberikan oleh driver sedangkan 20 persen keuntungan diberikan kepada pihak perusahaan. Dari sini diketahui bahwa perbedaan dengan tukang ojek biasa yang mendapatkan penumpang hanya pada saat sekali jalan. Berbeda dengan Go-jek yang mendapatkan pelanggan lebih banyak.

Manfaat lain yang diperoleh jika mengikuti kemitraan Go-jek yaitu layanan transportasi ini merupakan layanan transportasi online yang banyak diminati masyarakat. Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia (LD FEB UI) mengadakan riset bekerja sama dengan Go-

jek. Survey menunjukkan bahwa sebesar 85,20 persen Go-ride menempati posisi pertama yang paling banyak dipesan oleh masyarakat.

Dibandingkan dengan layanan transportasi lain yang harganya cenderung lebih mahal membuat konsumen berfikir untuk melakukan pemesanan. Berbeda dengan Go-ride layanan transportasi online berupa Go-car menempati posisi ketiga sebesar 54,70 persen. Dari survey tersebut Go-jek masih diminati di kalangan masyarakat, apalagi di masa PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) yang telah usai Go-ride dan Go-car masih menjadi aplikasi layanan online yang sering digunakan oleh masyarakat untuk menemani mereka dalam beraktifitas seperti: berangkat ke kantor, sekolah dan lain-lain.

Tetapi walaupun masa PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) sudah usai mengharuskan masyarakat untuk berada “di rumah saja” dan tidak diperbolehkan kemana-mana, kecuali untuk membeli bahan makanan. Dengan adanya kebijakan tersebut perusahaan Go-jek memikirkan cara supaya layanan transportasi online tetap bisa beroperasi. Salah satunya dengan cara menghadirkan Go-shop untuk berbelanja di supermarket yang sebelumnya Go-Ride hanya untuk mengantar orang atau barang sekarang bisa untuk pengiriman bahan makanan. Dengan adanya hal tersebut diharapkan Go-jek tetap berkembang pesat walaupun berada di situasi seperti sekarang dan tetap mempertahankan kualitas layanan yang diberikan oleh konsumen. Untuk itu diperlukan data yang menyatakan bahwa layanan transportasi online (Go-jek) tidak kalah dengan aplikasi yang lain. Data yang ditampilkan adalah sebagai berikut:



Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/11/grab-dan-gojek-layanan-transportasi-online-paling-sering-digunakan-masyarakat>

Gambar 1. 1 **LAYANAN TRANSPORTASI ONLINE YANG SERING** **DIGUNAKAN MASYARAKAT**

Hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) periode 2019-kuartal II/2020 mencatat Grab dan Gojek menjadi layanan aplikasi transportasi online yang paling sering digunakan oleh masyarakat. Ada 21,3 persen responden yang mengaku sering menggunakan aplikasi Grab untuk bepergian. Sementara 19,4 persen responden mengaku kerap menggunakan aplikasi Gojek saat hendak bepergian. Responden yang memilih layanan aplikasi transportasi online lainnya seperti Anterin, Bonceng, Maxim, dan FastGo berkisar di rentang 0,1-0,3 persen. Adapun 58,1 persen responden mengaku tak pernah menggunakan layanan aplikasi transportasi online.

Dari data diatas bisa diketahui bahwa Go-jek merupakan salah satu layanan transportasi online yang masih diminati oleh kalangan masyarakat, jika hal ini terus dipertahankan Go-jek bisa lebih unggul dari transportasi online yang lain dan menduduki peringkat pertama dalam hal transportasi online. Cara yang bisa

dilakukan perusahaan agar layanan yang diberikan sesuai dengan keinginan masyarakat salah satunya dengan memberikan promo kepada konsumen yang sering melakukan perjalanan bersama dengan Go-jek, dengan adanya hal tersebut diharapkan konsumen tertarik menggunakan layanan Go-jek. Layanan jasa transportasi online yang sesuai dengan keinginan pelanggan akan menyebabkan merek memiliki loyalitas yang baik dimata konsumen. Hal ini membawa dampak positif bagi kemajuan perusahaan. Loyalitas merupakan salah satu peran penting yang bisa dinilai secara baik dikarenakan kesetiaan konsumen dalam menggunakan layanan. Tetapi perusahaan juga harus memperhatikan sekelompok konsumen terutama muslimah tentang hal yang lebih spesifik untuk dipertimbangkan. Karena muslimah memiliki pertimbangan dari sisi religi untuk diperhatikan apabila beriteraksi atau berdekatan secara fisik dengan lawan jenis yang bukan muhrimnya.

Untuk itu para ulama mengeluarkan fatwa yang menjelaskan tentang “Barangsiapa beriman kepada Allah dan hari akhir, maka jangan sekali-kali dia bersendirian dengan seorang perempuan yang tidak bersama mahramnya karena yang ketiganya ialah syaitan.” (Riwayat Ahmad) Hadits no. 4849 dalam kitab Sahih Bukhari dan hadits no. 2182 dalam kitab Sahih Muslim meriwayatkan tentang Asma binti Abu Bakar (saudari Aisyah dan ipar Nabi) yang pernah diajak naik unta bersama Nabi (boncengan bersama dalam satu kendaraan).

Dari Asma bin Abu Bakar suatu hari saya datang ke kebun Zubair (suami saya) dan memanggul benih di kepala saya, di tengah jalan saya bertemu Rasulullah bersama sekelompok orang dari Sahabat Anshar lalu Nabi memanggilku dan menyuruh untanya agar merunduk untuk membawaku di

belakang Nabi. Dalam menganalisa hadits ini, Imam Nawawi dalam Syarah Muslim menyatakan bahwa hadits ini menunjukkan bolehnya berboncengan (antara lelaki dan perempuan bukan mahram) pada satu kendaraan apabila wanita itu seorang yang taat agamanya. Dalam soal hadits ini ada banyak pendapat ulama yang berbeda antara lain: 1) Adanya sifat belas kasih Nabi pada umat Islam baik laki-laki dan perempuan dan berusaha membantu sebisa mungkin, 2) Pendapat lain menyatakan bolehnya membonceng perempuan yang bukan mahram apabila dia ditemukan di tengah jalan dalam keadaan kelelahan, apalagi kalau bersama sejumlah laki-laki lain yang sholeh dalam konteks ini maka tidak diragukan kebolehnya. 3) Menurut Qadhi Iyad bolehnya ini khusus untuk Nabi saja tidak yang lain, karena Nabi telah menyuruh kita agar laki-laki dan perempuan saling menjauhkan diri.

Biasanya Nabi menjauhi para perempuan dengan tujuan supaya dikuti umatnya. Kasus ini adalah kasus khusus karena Asma adalah putri Abu Bakar saudari Aisyah alias ipar dan istri dari Zubair, seakan-akan Asma itu seperti salah satu keluarganya adapun lelaki membonceng wanita mahram maka hukumnya boleh secara mutlak dalam segala kondisi.

Al-Bukhari telah mengeluarkan dari Asma^{ra} binti Abu Bakar berkata:

وَكُنْتُ أَنْقَلُ النَّوَى مِنْ أَرْضِ الزُّبَيْرِ الَّتِي أَقْطَعُهُ رَسُولُ اللَّهِ عَلَيَّ
رَأْسِي... إِلَى أَنْ تَقُولَ "ثُمَّ قَالَ الرَّسُولُ، "إِخْ إِخْ" لِيَحْمِلَنِي
خَلْفَهُ فَاسْتَحْيَيْتُ. (رواه البخاري)

Artinya : "Saya pernah membawa benih dari tanah az-Zubair (suami

saya), yang telah diberikan oleh Rasulullah saw., dipanggul di atas kepala saya sampai pernyataan beliau: Kemudian, Rasulullah saw. berkata: Ikh, ikh agar beliau bisa membonceng saya di belakangnya, tetapi saya merasa malu.” (H.R.Bukhari)

Dari hadits tersebut dapat diketahui bahwa di atas unta itu ada punuk dimana yang pertama bisa dinaiki oleh seseorang setelah itu bisa dinaiki di belakangnya sementara orang yang kedua tidak harus menyentuh orang yang pertama, punuk tadi ada di antara kedua orang tersebut. Orang yang kedua pun bisa memegang punuk tadi sesuka hatinya. Dengan kata lain unta itu merupakan kendaraan yang memungkinkan untuk dinaiki dua orang dimana satu sama lain tidak harus saling berpegangan.

Dari penjelasan di atas berboncengan dengan lawan jenis yang bukan mahramnya itu diperbolehkan. Hal ini dapat diwujudkan apabila memenuhi beberapa syarat yaitu: Tidak terjadi *ikhtilath* (persinggungan badan), Tidak terjadi *khalwah* (berkumpulnya laki-laki dan wanita di tempat sepi yang menurut kebiasaan umum sulit terhindar dari perbuatan yang diharamkan), Tidak melihat aurat selain dalam kondisi dan batas-batas yang diperbolehkan syara', Tidak terjadi persentuhan kulit, Sedang bepergian bagi wanita untuk kepentingan ziarah atau yang lain menurut satu pendapat diperbolehkan, meski tidak disertai mahram apabila aman dari fitnah (hal-hal yang diharamkan).

Pada zaman Nabi Muhammad Saw diperbolehkan berboncengan karena menggunakan unta sebagai sarana transportasi berbeda halnya dengan zaman sekarang yang menggunakan motor sebagai alat transportasi, karena tidak adanya pembatas antara pembonceng dengan yang digonceng. Untuk itu banyak

ulama yang melarang laki-laki dan wanita untuk berboncengan. Salah satunya adalah menurut Majelis Ulama Indonesia (MUI) Kabupaten Lebak Banten, mengeluarkan fatwa haram bagi pria yang membonceng seorang wanita yang bukan muhrimnya atau lawan jenis tanpa ikatan pernikahan. MUI Lebak menilai boncengan sepeda motor bukan muhrimnya dapat mengundang dampak negatif. "Haram hukumnya berboncengan sepeda motor bukan suami-istri namun saling bernesra-mesraan di atas kendaraan," kata Ketua Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) Kabupaten Lebak, KH Baejuri, Minggu (1/8/2010).

Ketua Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) Kabupaten Lebak KH Baejuri Minggu (1/8/2010) mengatakan, saat ini banyak pasangan muda-mudi berboncengan sepeda motor saling bernesra-mesraan atau pegang-pegangan tanpa pernikahan apalagi pada saat malam minggu banyak pasangan anak baru gede berboncengan motor saling berpeluk-pelukan dan mengundang pornografi, bahkan di antaranya mereka mencari tempat-tempat gelap atau sepi untuk memadu kasih. Karena itu pihaknya mengimbau masyarakat yang memiliki anak remaja jangan sampai membiarkan anaknya naik motor sambil berboncengan dengan lawan jenis dan imbauan tersebut untuk mengantisipasi perbuatan pornografi.

Menurut Fandy & Anastasia (2015) loyalitas adalah pelanggan yang benar-benar loyal bukan saja menjadi penyampai kesan baik tentang layanan perusahaan namun juga kemungkinan besar loyal pada perusahaan dalam jangka waktu yang panjang. Berbeda dengan peneliti sebelumnya menurut Lusiah et., al (2019) loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang

konsisten.

Loyalitas pelanggan dalam bisnis Go-ride atau Go-car sangatlah penting karena dari situ bisa dilihat apakah konsumen melakukan perjalanan berulang kali dengan aplikasi Go-jek atau tidak apabila konsumen sering menggunakan layanan tersebut dalam rentang waktu yang sebentar secara berulang-ulang hal tersebut bisa dikatakan konsumen loyal akan layanan yang diberikan. Kedekatan antara driver dan konsumen juga bisa dikategorikan bahwa konsumen loyal terhadap aplikasi Go-ride atau Go-car hal tersebut bisa menjadi nilai tambah dalam penilaian terhadap aplikasi Go-jek.

Menurut Fandy & Gregorius (2016) kualitas layanan yang dirasakan oleh pelanggan dapat berkontribusi secara signifikan untuk membangun dan menciptakan keunggulan kompetitif melalui *diferensiasi*, *poitioning*, dan strategi bersaing perusahaan baik perusahaan manufaktur maupun penyedia jasa. Berbeda dengan penelitian sebelumnya menurut Hartono (2013) yaitu kualitas layanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk menyeimbangi harapan pelanggan. Kualitas layanan sangat berperan penting dalam memberikan kesan yang baik kepada pelanggan.

Layanan yang baik adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha pada kegiatan yang sifatnya jasa. Peranannya akan lebih besar jika kegiatan jasa tersebut kompetisi cukup ketat dalam upaya merebut pangsa pasar atau pelanggan. Go-jek dalam menghadapi persaingan yang ketat untuk bisa menampilkan inovasi baru supaya setiap perusahaan mampu memberikan layanan yang bermutu untuk

mempertahankan pelanggan yang sudah setia dengan perusahaan. Pada masa seperti sekarang ini pengertian layanan tidak terbatas pada distribusi fisik saja bahkan sudah menjadi bentuk usaha yang sangat banyak ragamnya serta sangat dibutuhkan pada masyarakat modern.

Kualitas layanan yang diberikan driver sangatlah berpengaruh pada kemajuan Go-ride atau Go-car dikarenakan layanan merupakan komponen utama dalam menentukan apakah konsumen puas dalam layanan yang diberikan atau sebaliknya, jika hal tersebut terjadi konsumen tidak enggan memberikan bintang 5 kepada driver setelah melakukan perjalanan atau sekedar memberikan "*tip*". Dari pernyataan diatas kualitas layanan akan mempengaruhi loyalitas pelanggan terhadap transportasi online Go-ride atau Go-car.

Variabel kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti bahwa terjadinya kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan karena pengaruh kualitas layanan yang diberikan oleh pelanggan. Hasil studi yang dilakukan oleh Clemes et., al (2020) menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Variabel kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap besarnya kontribusi kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan karena puas atau tidaknya konsumen dalam memilih layanan yang diberikan, sehingga kepuasan pelanggan bisa dipengaruhi oleh faktor lain. Hasil studi yang dilakukan oleh Dean et.,al (2020) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap keterikatan pelanggan.

Hasil studi yang dilakukan oleh Bara & Prawitowati (2020) menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini berbeda dengan studi yang dilakukan oleh Pradana (2018) bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Menurut Gaol & Hidayat (2016) bisa diartikan dengan *Consumer Satisfaction* yang didefinisikan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang atau jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Berbeda dengan menurut Lusiah et., al (2019) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara harapan dan kenyataan yang diperoleh untuk itu kepuasan pelanggan dapat mempengaruhi perasaan seseorang. Kepuasan pelanggan mempengaruhi puas atau tidaknya konsumen dalam menggunakan layanan, apabila konsumen puas terhadap layanan yang diberikan maka konsumen enggan untuk berpindah ke layanan lain dan tetap memilih layanan Go-ride atau Go-car dalam melakukan perjalanan. Hal ini memberikan dampak positif untuk perusahaan dan meningkatkan rasa puas konsumen terhadap layanan yang diberikan, dengan begitu perusahaan akan memperoleh laba atau keuntungan.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu variabel yang bisa menilai apakah konsumen dapat terikat dalam suatu layanan yang diberikan oleh perusahaan. Keterikatan yang terjadi dapat memberikan penilaian bahwa layanan yang diberikan sudah sesuai yang diinginkan konsumen dalam menggunakan aplikasi transportasi online dan hal tersebut membuktikan pelanggan bisa memberikan loyalitas kepada suatu produk yang ditawarkan.

Hasil dari penelitian Thakur (2020) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan menurut Bara & Prawitowati (2020) bahwa kepuasan pelanggan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Menurut Thakur (2020) keterikatan pelanggan dapat timbul yang karena adanya pengalaman positif saat berinteraksi dengan obyek atau fokus layanan, sedangkan menurut Raditha et., al (2020) pelanggan yang memiliki keterikatan dengan perusahaan cenderung memiliki niat berperilaku yang lebih tinggi untuk merekomendasikan merek kepada orang lain.

Keterikatan pelanggan merupakan salah satu aspek penting dalam sebuah bisnis. Dari sini bisa diketahui pihak perusahaan sudah melakukan interaksi yang baik dengan pelanggan dan hal itu bisa dilihat reaksi yang dirasakan oleh konsumen secara menyeluruh terhadap jasa yang digunakan. Proses keterlibatan pelanggan dalam hal ini bisa terjadi secara offline ataupun online. Secara offline pelanggan dan produsen melakukan interaksi secara langsung seperti saat melakukan transaksi.

Hasil dari Raditha et., al (2020) menunjukkan bahwa keterikatan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, tetapi sebagai pelaku perusahaan tetap harus memperhatikan siapa saja yang menggunakan layanan jasa transportasi online tersebut terutama keberadaan kelompok konsumen muslimah.

Keberadaan kelompok konsumen muslimah menjadi tantangan sendiri bagi perusahaan Go-jek yang memiliki layanan Go-ride maupun Go-car. Go-jek

perlu mempertimbangkan bagaimana bisa membangun keterikatan yang baik antara konsumen dengan produk layanan transportasi online ini. Keterikatan pelanggan merupakan salah satu indikator penting yang dapat menilai bisa atau tidaknya konsumen untuk saling terkait dengan layanan yang digunakan. Adanya keterkaitan konsumen dalam menggunakan produk secara berulang-ulang jika hal tersebut sudah terjadi, konsumen bisa merekomendasikan dengan kerabat terdekat mereka untuk melakukan perjalanan dengan menggunakan Go-ride atau Go-car dalam menjalankan aktivitas sehari-hari, atas dasar rekomendasi tersebut bisa memperluas pangsa pasar dan meningkatkan kinerja. Keterikatan juga salah satu indikator penting karena bisa dilihat bahwa konsumen akan loyal atau tidak dalam menggunakan aplikasi Go-ride atau Go-car.

Sebagai perusahaan besar Go-jek diharapkan mampu menyikapi konsumen muslimah yang mana mereka bersandar pada ayat yang menjaga mereka yaitu terdapat dalam Surat An-Nur ayat 31 yaitu:

وَقُلْ لِلْمُؤْمِنَاتِ يَعْضُضْنَ مِنْ أَبْصَارِهِنَّ وَيَحْفَظْنَ فُرُوجَهُنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا مَا ظَهَرَ مِنْهَا وَلَا يَضْرِبْنَ بِخُمُرِهِنَّ عَلَى جُيُوبِهِنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا لِبُعُولَتِهِنَّ أَوْ آبَائِهِنَّ أَوْ أَبَائِ بُعُولَتِهِنَّ أَوْ أَبْنَائِهِنَّ أَوْ أَبْنَاءِ بُعُولَتِهِنَّ أَوْ إِخْوَانِهِنَّ أَوْ بَنِي إِخْوَانِهِنَّ أَوْ بَنِي أَخَوَاتِهِنَّ أَوْ نِسَائِهِنَّ أَوْ مَا مَلَكَتْ أَيْمَانُهُنَّ أَوِ التَّابِعِينَ غَيْرِ أُولِي الْأَرْبَابَةِ مِنَ الرِّجَالِ أَوِ الطِّفْلِ الَّذِينَ لَمْ يَظْهَرُوا عَلَى عَوْرَاتِ النِّسَاءِ وَلَا يَضْرِبْنَ بِأَرْجُلِهِنَّ لِيُعْلَمَ مَا يُخْفِينَ مِنَ زِينَتِهِنَّ وَتَوْبُوا إِلَى اللَّهِ جَمِيعًا إِنَّهُ الْمُؤْمِنُونَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya : “Dan katakanlah kepada para perempuan yang beriman, agar mereka menjaga pandangannya, dan memelihara kemaluannya, dan janganlah menampakkan perhiasannya (auratnya), kecuali yang (biasa) terlihat. Dan hendaklah mereka menutupkan kain kerudung ke dadanya, dan janganlah menampakkan perhiasannya (auratnya), kecuali kepada suami mereka, atau ayah mereka, atau ayah suami mereka, atau putra-putra mereka, atau putra-putra suami mereka, atau saudara-saudara laki-laki mereka, atau putra-putra saudara laki-laki mereka, atau putra-putra saudara perempuan mereka, atau para perempuan (sesama Islam) mereka, atau hamba sahaya yang mereka miliki, atau para pelayan

laki-laki (tua) yang tidak mempunyai keinginan (terhadap perempuan) atau anak-anak yang belum mengerti tentang aurat perempuan. Dan janganlah mereka menghentakkan kakinya agar diketahui perhiasan yang mereka sembunyikan. Dan bertobatlah kamu semua kepada Allah, wahai orang-orang yang beriman, agar kamu beruntung”.

Penjelasan mengenai ayat Al-Qur'an diatas dijelaskan bahwa menurut Ibnu Abbas dalam Tafsir Ibnu Katsir, kata perhiasan yang dimaksud dalam surat An Nur ayat 31 adalah wajah, kedua telapak tangan dan cincin. Hal ini didasarkan dari hadits yang diriwayatkan Abu Daud dari Aisyah berikut ini:

“Ketika Asma binti Abu Bakar masuk menemui Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam dengan mengenakan kain yang tipis maka Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam pun berpaling darinya. Kemudian beliau bersabda: ‘Wahai Asma, sesungguhnya seorang wanita jika telah baligh tidak boleh terlihat darinya kecuali ini dan ini (beliau menunjuk wajah dan kedua telapak tangannya).”Sementara Sa'id bin Jubair dalam Tafsir Atha' dan al-Auza'i berpendapat yang boleh dilihat adalah wajah wanita dan kedua telapak tangannya, sedangkan Imam Qatadah dan Miswar bin Makhzumah dalam kitab Al Qurtubhi berpendapat yang boleh dilihat termasuk juga celak mata, gelang, setengah dari tangan yang dalam kebiasaan wanita Arab dihiasi dengan pacar, anting, cincin dan semacamnya.

Meski terdapat perbedaan pendapat di antara para ulama, hal ini tidak perlu diperdebatkan panjang lebar. Hal yang penting untuk dipahami bahwa hukum menutup aurat bagi seorang Muslimah adalah wajib bagi yang melanggar akan mendapatkan dosa. Seperti yang tercantum dalam sebuah hadits, Rasulullah bersabda: "Ada dua golongan penduduk neraka yang keduanya belum pernah aku

lihat. Kaum yang memiliki cambuk seperti ekor sapi, yang dipergunakannya untuk memukul orang. Para wanita berpakaian tapi telanjang, berlenggok-lenggok, kepala mereka bagaikan punuk unta yang miring. Wanita seperti itu tidak dapat masuk surga bahkan tidak dapat mencium bau surga. Padahal bau surga itu dapat tercium dari begini dan begini" (HR. Muslim).

Alasan peneliti saat ini memilih objek tersebut dikarenakan masih banyak dari penelitian terdahulu yang membahas kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dalam memilih aplikasi transportasi online. Lokasi yang dipilih pada penelitian ini berada di kota Sidoarjo, karena masih kurangnya penelitian terdahulu yang mengambil populasi di kota Sidoarjo. Untuk itu peneliti memutuskan topik yang berjudul "Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Keterikatan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Muslimah dalam Memilih Go-ride atau Go-car".

Berdasarkan tantangan yang dihadapi Go-ride atau Go-car dalam menyikapi peluang yaitu keberadaan kelompok konsumen muslimah maka perlu diteliti bagaimana pengaruh kualitas layanan, kepuasan pelanggan, keterikatan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan muslimah dalam memilih Go-ride atau Go-car. Berdasarkan latar belakang dijelaskan bahwa masih banyak permasalahan tentang kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan, oleh karena itu peneliti memutuskan untuk meneliti dengan topik yang sama namun ada pembaruan yang mengkaji muslimah dalam memilih Go-ride atau Go-car di Sidoarjo.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas layanan Go-ride dan Go-car berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan dari segmen muslimah ?
2. Apakah kepuasan pelanggan Go-ride dan Go-car berpengaruh positif signifikan terhadap keterikatan pelanggan dari segmen muslimah ?
3. Apakah kualitas layanan Go-ride dan Go-car berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan dari segmen muslimah ?
4. Apakah kepuasan pelanggan Go-ride dan Go-car berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan dari segmen muslimah ?
5. Apakah keterikatan pelanggan Go-ride dan Go-car berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan dari segmen muslimah ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji dan menganalisis signifikansi pengaruh kualitas layanan Go-ride dan Go-car terhadap kepuasan pelanggan dari segmen muslimah

2. Untuk menguji dan menganalisis signifikansi pengaruh kepuasan pelanggan Go-ride dan Go-car terhadap keterikatan pelanggan dari segmen muslimah
3. Untuk menguji dan menganalisis signifikansi pengaruh kualitas layanan Go-ride dan Go-car terhadap loyalitas pelanggan dari segmen muslimah
4. Untuk menguji dan menganalisis signifikansi pengaruh kepuasan pelanggan Go-ride dan Go-car terhadap loyalitas pelanggan dari segmen muslimah
5. Untuk menguji dan menganalisis signifikansi pengaruh keterikatan pelanggan Go-ride dan Go-car terhadap loyalitas pelanggan dari segmen muslimah

1.4 Manfaat Penelitian

Harapannya penelitian ini dapat bermanfaat bagi masyarakat tentunya dapat mengetahui kualitas layanan yang diberikan Go-ride atau Go-car dalam aplikasi Go-jek dan diharapkan, penelitian ini bisa memberikan banyak informasi baru untuk masyarakat yang ingin mengetahui lebih dalam tentang Go-ride atau Go-car dalam aplikasi Go-jek.

1. Bagi Peneliti

Mengetahui persepsi masyarakat terhadap kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan keterikatan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Go-ride atau Go-car dalam aplikasi Go-jek, sehingga menambah wawasan khususnya bagi peneliti.

2. Bagi Peneliti lain

Menambah pengetahuan dan literatur terutama tentang *kualitas layanan, kepuasan pelanggan, keterikatan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan muslimah pengguna Go-ride atau Go-car.*

3. Bagi Civitas Akademika Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya

Diharapkan menambah wawasan dan rujukan untuk meningkatkan penelitian terhadap penelitian sebelumnya menanamkan minat, motivasi dan sikap mahasiswa sehingga meningkatkan prestasi bagi mahasiswa.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk memberikan gambaran secara jelas tentang apa yang menjadi isi dari penulisan. Maka dikemukakan untuk susunan dan rangkaian masing-masing bab sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai latar belakang yang menjadi alasan pemilihan judul, identifikasi masalah, tujuan melakukan penelitian dan manfaat penelitian yang akan dilakukan tentunya akan membahas tentang ruang lingkup penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan dibahas teori-teori umum dan teori-teori khusus yang merupakan pendapat para ahli teori, tentunya hal tersebut dapat digunakan dalam memberikan pemahaman yang jelas dan

analisa yang lebih mendalam pada penelitian ini.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada BAB III ini menjelaskan tentang metode penelitian yang dilakukan oleh peneliti. BAB III berisikan tentang rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, data metode pengumpulan data serta teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISA DATA

Pada BAB IV ini menjelaskan tentang gambaran subyek penelitian, analisis data dan pembahasan dari hasil yang sudah dilaksanakan.

BAB V : PENUTUP

Pada BAB V ini menjelaskan tentang kesimpulan dari hasil penelitian, keterbatasan penelitian dan saran dari peneliti untuk pihak-pihak yang berkaitan dengan penelitian ini.