

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Profil Perusahaan

K-JEK merupakan salah satu jasa transportasi atau penyedia layanan ojek online pertama di Kabupaten Karangasem. K-JEK ini didirikan oleh Ida Bagus Putu Budiantara, Beliau merupakan salah satu pemilik sekaligus menjadi driver dari K-JEK (Laksara, 2019). Beliau membuat K-JEK ini berdasarkan pengalaman beliau yang setiap harinya melihat kebutuhan pasar di kabupaten Karangasem. Beliau ingin membuat sebuah layanan berupa jasa dan ingin membantu masyarakat yang terkena PHK. Beliau sangat memegang prinsip kenyamanan baik dalam perusahaan, mitra, anggota hingga pelanggan. Dengan pengalaman beliaulah K-JEK ini muncul di Kabupaten Karangasem. K-JEK sendiri berasal dari singkatan (K) yang artinya Karangasem dan (JEK) artinya ojek. K-JEK ini beralamat di Geria Teges Tukad Pati, Kabupaten Karangasem Bali. K-JEK mulai beroperasi di Kabupaten Karangasem sejak 17 Juni 2019 lalu. Sejak itu, bisnis yang berprinsip tumbuh bersama para *driver* nya itu, makin dikenal masyarakat Kabupaten Karangasem (Laksara, 2019).

Tujuannya, pemilihan nama K-JEK ini adalah karena Karangasem merupakan wilayah yang berkembang dan belum ada jasa transportasi, selain itu masyarakat di Kabupaten Karangasem juga sangat membutuhkan jasa yang dapat membantu mereka ketika mendesak (Laksara, 2019). Oleh karena itu, K-JEK dibuat dan memegang teguh kenyamanan pelanggan. Sehingga, Perusahaan ingin setiap pengguna jasa K-JEK bisa merasa lebih dekat dan nyaman dengan fasilitas yang diberikan. Saat ini, K-JEK sudah bermitra dengan puluhan pengendara ojek lokal guna menyediakan layanan ojek *online* terpercaya dengan tarif terjangkau. K-JEK menyediakan beragam layanan yang akan membantu keseharian seperti jasa transportasi, pengiriman barang hingga pesan antar makanan (Laksara, 2019).

Walaupun K-JEK hanya bermitra dengan pebisnis konvensional, Namun K-JEK tetap mengedepankan teknologi sebagai salah satu bentuk perkembangan, K-JEK menggunakan aplikasi untuk pengguna K-JEK, dimana pengguna bisa

memilih makanan yang diinginkan. Namun tetap, K-JEK juga melayani masyarakat yang memesan lewat Whatsapp karena aplikasinya masih pro-Android. Saat ini perusahaan terus melakukan perbaikan atau inovasi terbaru untuk dapat memperbaiki aplikasi pro-IOs untuk memberikan kemudahan bagi pelanggan K-JEK yang menggunakan IOs (Laksara, 2019).

K-JEK sekarang ini tidak hanya menyajikan jasa transportasi ojek saja, Tetapi juga taksi, jasa mengantar pesanan makanan, dan rental mobil. Semuanya ditampilkan dalam aplikasi dan user K-JEK tinggal meng-klik dan melanjutkan sesuai dengan keinginan user masing-masing. Saat ini K-Jek memiliki 30 Driver berikut pada tabel 1.1

Tabel 1.1 Jumlah Driver

Driver	Jumlah
Wanita	5
Laki Laki	25

Sumber : (Laksara, 2019).

Setiap Drivernya memiliki identitasnya, dimana untuk K-JEK yang menggunakan jaket berwarna putih, hitam dan merah ini, sudah memiliki *jobdecsnya* masing masing. Perusahaan telah menargetkan jumlah orderan tiap *drivernya*. Tak hanya itu, perusahaan juga menerapkan *system shift* untuk seluruh *driver*. Hal tersebut dilakukan agar setiap *driver* memiliki pendapatan yang sama. Dalam pemilihan *driver*, K-JEK melakukan recruitment yang dimana syarat dan ketentuannya yaitu :

1. *Driver* harus memiliki kelengkapan kendaraan
2. *Driver* memiliki SIM A dan C, Minimal C
3. *Driver* memiliki Ijazah SMA, Minimal SMA
4. *Driver* memiliki Kendaraan
5. *Driver* memiliki Handphone
6. *Driver* harus memiliki pengetahuan mengenai rute atau wilayah minimal yang ada di Kabupaten Karangasem

Minimal 6 syarat tersebut terpenuhi untuk dapat menjadi anggota dari K-JEK. Saat ini K-JEK sudah bekerjasama dengan Link Dengan untuk proses

pembayarannya. K-Jek juga bermitra dengan seluruh warung makan di Kabupaten Karangasem. Dalam sistem layanannya, Ongkir dalam aplikasi sudah berdasarkan jarak yang dituju. Dimana, dalam penggunaan kendaraan 1 Kilometer pertama sudah ditarif dengan biaya Rp 7000,-, untuk tambahan kilo meter selanjutnya akan ditambah Rp 3000,- setiap penambahan 1 kilo meter. Sedangkan pengiriman barang atau makanan keluar kota, K-Jek menghitung berdasarkan lokasi, seperti dari Karangasem ke Denpasar dikenakan tarif sebesar Rp 60.000,-. Kedepannya K-Jek akan terus melakukan inovasi baru untuk membuat sebuah pembaharuan bagi Kabupaten Karangasem. K-Jek memiliki peran penting bagi kemajuan wilayah Kabupaten Karangasem.

1.1.1 Logo K-Jek



Gambar 1. 1 Logo K-JEK

Sumber : (Karangasemojol, 2022)

Logo K-jek ini memiliki arti bahwa K-Jek memiliki 3 warna yaitu hitam, merah dan putih yang dimana dalam kepercayaan bali ada namanya TRIDATU yakni Tiga Kekuatan. Secara Literal, Tiga kekuatan tersebut merupakan entitas utama yang ada dalam agama Hindu, yakni Tri Murti (Dewa Brahma, Dewa Siwa, serta Dewa Wisnu). Ketiga entitas tersebut diwakili oleh tiga warna pada gelang, yakni merah, hitam, dan putih. Merah yang artinya keberanian, Hitam yang artinya

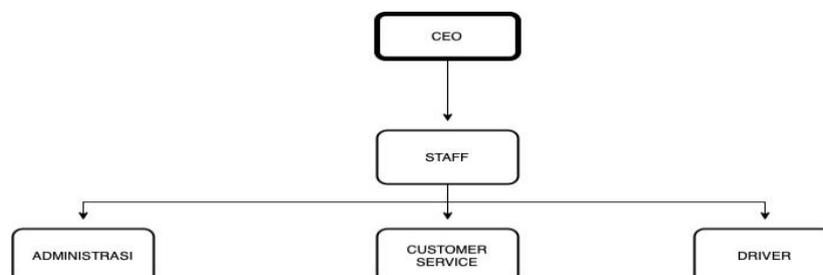
Kekuatan, dan Putih artinya Ketulusan. Jadi K-Jek ini berdiri dengan kekuatan yang penuh bersinergi untuk terus maju ke depan menembus segala tantangan dan rintangan. Tak hanya itu, K-Jek berani menghadapi era globalisasi seperti sekarang dengan banyaknya perubahan dan perkembangan teknologi serta banyaknya pesaing muncul, K-Jek akan terus melakukan pelayanan yang terbaik dan harus berani dalam segala risiko dan yang terakhir adalah ketulusan, Ketulusan merupakan salah satu prinsip dari K-Jek, K-Jek akan terus melakukan pelayanan dengan tulus dan siap membantu seluruh masyarakat. Lalu bentuk lingkaran tersebut memiliki makna bahwa K-Jek akan terus berputar dan terus melakukan layanan tanpa adanya hambatan. Sedangkan huruf K tersebut merupakan huruf depan dari Karangasem (Laksara, 2019).

1.1.2 Tagline Perusahaan

Saat ini K-Jek masih berdiri sendiri dengan sistem perusahaan yang sederhana. K-Jek tidak menggunakan Visi Misi dalam pengembangan perusahaannya, tetapi K-Jek menggunakan tagline yaitu “Cintai Semua dan Layani Semua”. Artinya K-Jek siap melayani seluruh masyarakat tanpa membedakan suku, ras, agama, dan lain sebagainya. K-Jek selalu siap melayani siapapun dengan kondisi. K-Jek akan selalu mencintai seluruh pelanggannya dengan senyuman, candaan dan sapaan (Laksara, 2019).

1.1.3 Struktur Organisasi

Saat ini K-Jek masih menggunakan struktur organisasi yang sederhana yaitu struktur organisasi yang hanya meliputi CEO, Staff yaitu Administrasi, Customer Service dan juga Driver (Anggota)



Gambar 1. 2 Struktur Organisasi Perusahaan

Sumber : (Karangasemojol, 2022)

Berdasarkan struktur organisasi pada gambar diatas, berikut merupakan uraian tugas PT KJEK:

1. CEO. Memimpin dan mengelola perusahaan untuk mencapai tujuan dan sasaran-sasaran perusahaan yang ditetapkan bersama-sama.
2. STAFF
 - a. *Administrasi*

Mengelola perusahaan dalam proses data administrasi perusahaan untuk melancarkan sistem tata kelola perusahaan
 - b. *Customer Service*

Mengelola perusahaan dalam proses layanan *customer* baik dalam pemesanan melalui sms ataupun aplikasi
 - c. *Driver*

Mengelola perusahaan dalam proses jasa kepada *customer* baik dalam proses antar jemput, pemesanan hingga charter

1.2 Latar Belakang Penelitian

Berdasarkan artikel Revolusi Teknologi dalam Transportasi Indonesia, Perkembangan pesat layanan transportasi online, telah mengubah lanskap pertumbuhan perekonomian di Indonesia (Sulistiyani et al., 2024). Kemudahan akses, efisiensi waktu, dan harga yang kompetitif membuat masyarakat beralih dari transportasi konvensional ke layanan berbasis aplikasi. Fenomena ini berdampak signifikan pada penurunan penggunaan jasa transportasi konvensional. Sebagai respons, beberapa penyedia transportasi konvensional beradaptasi dengan meluncurkan layanan berbasis aplikasi, seperti K-Jek. Transformasi ini bertujuan untuk mempertahankan pangsa pasar dan memenuhi ekspektasi konsumen yang semakin mengutamakan kemudahan dan kecepatan layanan.

Beralih dari meningkatnya penggunaan jasa transportasi online seperti Grab dan juga Gojek, Jasa transportasi konvensional mengalami tekanan yang signifikan dengan kemunculan layanan berbasis aplikasi digital seperti Gojek dan Grab, yang menawarkan berbagai kemudahan dan harga yang kompetitif. Fenomena ini memicu sejumlah perusahaan transportasi konvensional untuk berinovasi dengan

meluncurkan layanan serupa agar tetap dapat bersaing dan menjaga kelangsungan bisnis. Salah satunya adalah K-Jek, yang beralih ke layanan berbasis aplikasi untuk merespons turunnya pendapatan akibat persaingan ketat di sektor ini.

K-Jek merupakan salah satu jasa transportasi online pertama yang ada di Kabupaten Karangasem yang dimana Kabupaten Karangasem memiliki jumlah penduduk yang sangat sedikit tercatat dalam data dinas kependudukan dan catatan sipil sebanyak 526% dan Terlihat bahwa Kabupaten Karangasem berada di bawah kota kota besar seperti Kabupaten Buleleng dan Kota Denpasar. Kabupaten Karangasem Walaupun masyarakatnya sedikit, penggunaan jasa transportasi cukup tinggi baik dari penggunaan jasa transportasi umum maupun transportasi online. Hal ini di buktikan dengan data dari Dinas Perhubungan Kabupaten Karangasem di yaitu pengguna jasa transportasi mencapai 72%, mengingat mayoritas penduduk di Kabupaten Karangasem adalah pedagang dan hari raya bali yang sangat sering sehingga banyak peminat jasa transportasi umum maupun online. Hal tersebut juga dikatakan oleh bapak Ir. I Wayan Tama, S.H.,M.H selaku pengguna jasa transportasi online dan merupakan Anggota DPRD Kab. Karangasem dalam wawancara sekilas.



Gambar 1. 3 Wawancara bersana CEO KJEK

Sumber : Penulis (2024)

Dalam wawancara yang terlihat pada gambar 1.3 bersama CEO atau pemilik K-JEK. Penulis mendapatkan Informasi mengenai K-JEK dimana K-Jek memberikan harga yang kompetitif dibandingkan dengan jasa transportasi umum atau jasa Sewa dan Taksi yang ada di Kabupaten Karangasem, Bali. Hal ini dapat dilihat dari tabel harga yang ada pada tabel 1.1 berikut.

Tabel 1. 1 Perbandingan Harga Transportasi Bali

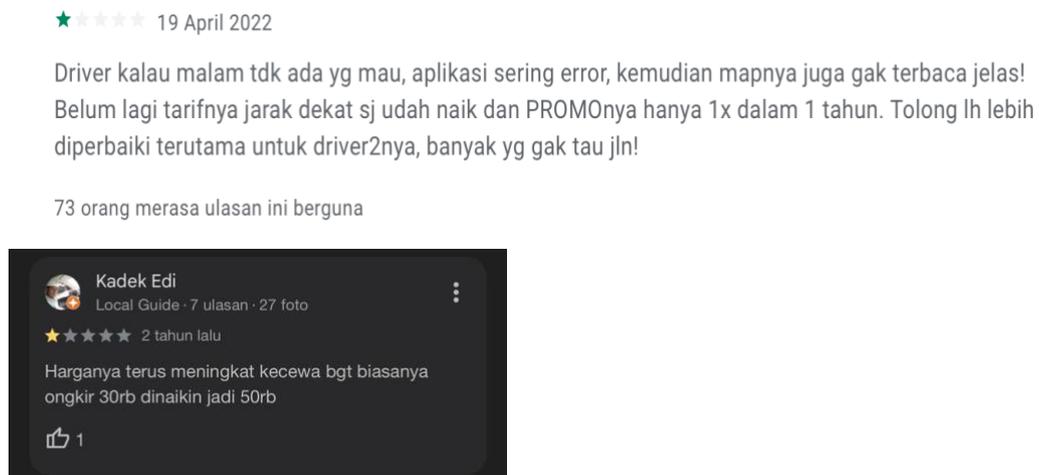
Layanan	Jarak Pendek (1-3 KM)	Jarak Menengah (10 Km)	Jarak Jauh (60 Km)	Sumber Informasi
K-Jek	Rp 7.000 – Rp 15.000	Rp 30. 000 – Rp 50. 000	N/A	Aplikasi K-Jek
Sewa Mobil (Dengan Sopir)	Rp. 500.000 – Rp 700.000 (perhari)	Rp 600.000 – Rp. 900.000 (perhari)	Rp. 800.000 – Rp 1000.000 (perhari)	Agen Sewa Mobil Candidasa
Ojek Konvensional	Rp 10.000 – Rp 30.000	Rp 50.000 – Rp 70.000	N/A	Driver Ojek Konvensional saat wawancara

Sumber : Penulis (2025)

Harga juga menjadi salah satu hal yang paling berpengaruh, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Zeithaml (1988) dalam *Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value* menyebutkan bahwa persepsi konsumen terhadap harga mempengaruhi persepsi nilai dan keputusan pembelian. Tak hanya itu, beliau juga mengatakan bahwa masyarakat Kabupaten Karangasem sangat terbantu dengan kehadiran K-Jek ini.

Meskipun K-JEK tidak memiliki pesaing langsung berbasis digital di Karangasem, analisis harga tetap relevan jika diposisikan dalam konteks nilai yang diberikan kepada pelanggan dibandingkan dengan transportasi konvensional dan mengingat K-Jek saat ini masih menggunakan whatsapp sebagai salah satu aplikasi dalam pemesanan, dan juga ojek konvensional dapat dipesan melalui whatsapp juga jadi perbandingan harga ini masih sangat relevan digunakan.

Tak hanya itu, Sebelum melakukan penelitian lebih mendalam, peneliti melakukan *research review* jejak digital kepuasan konsumen terhadap K-Jek. Penulis menemukan bahwa, Pada aplikasi K-Jek, ditemukan ulasan *negative* yang mengarah pada kepuasan harga dan juga kualitas. Hal ini dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 1. 4 Ulasan Negatif Konsumen

Sumber : Aplikasi K-Jek (2024)

Berdasarkan gambar 1.5 terlihat bahwa adanya kualitas pelayanan dari K-Jek yang sangat kurang dan harga yang kurang memuaskan akibat promo membuat pelanggan tidak puas dan memberikan rating satu. Tak hanya itu, berikut juga saya tampilkan permasalahan yang dialami konsumen saat wawancara dengan konsumen K-Jek.

Tabel 1. 2 Masalah Konsumen Saat Wawancara

Masalah
Konsumen merasa kecewa dengan layanan Karangsem Ojek Online. Pertama, pengemudi datang terlambat lebih dari 20 menit dari waktu yang dijanjikan. Saat menanyakan alasan keterlambatan, pengemudi tidak bisa memberikan penjelasan yang memadai. Selain itu, perjalanan konsumen juga tidak nyaman karena motor yang digunakan terasa kurang terawat, bahkan ada bunyi aneh dari mesin sepeda motornya. Harga yang dibayar tidak sebanding dengan kualitas layanan yang diterima.

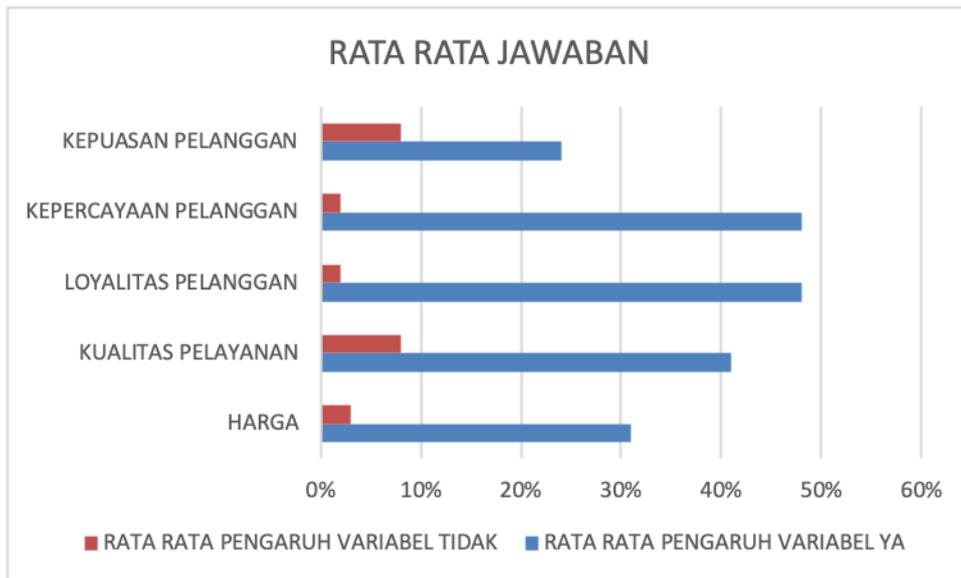
Konsumen sudah beberapa kali menggunakan layanan K-Jek namun beberapa akhir ini saya jarang menggunakannya karena saya pengguna ios harus memesan lewat apk whatsapp dan harganya kadang dipatok seenaknya driver.

Konsumen merasa harga yang tertera di aplikasi ternyata lebih murah dari yang konsumen bayar di tempat. Ternyata ada biaya tambahan yang tidak diinformasikan sebelumnya seperti penggunaan jalan alternatif atau tempat pemesanan makanan alternatif

Sumber : Penulis, 2024

Hal ini menimbulkan beberapa persepsi akibat adanya ulasan atau pernyataan negative. Menurut Teori Pengalaman Pelanggan (Customer Experience Theory): Pine & Gilmore (2013) menyatakan bahwa pengalaman pelanggan yang positif sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diterima. Dalam konteks jasa transportasi online seperti K-JEK, kualitas pelayanan mencakup kecepatan, keamanan, dan kemudahan penggunaan aplikasi. Sehingga sangat penting untuk diperhatikan jika terdapat ulasan negatif.

Untuk memastikan kehadiran K-Jek ini, peneliti melakukan Prasurvey Kembali di tahun 2024 kepada 30 Orang Pengguna Jasa Transportasi K-Jek. Dimana peneliti menggunakan pertanyaan dengan nilai positif dengan jawaban Ya dan Tidak, dimana pertanyaan dan hasil peneliti paparkan pada halaman lampiran. Adapun hasil rata rata presurvey secara keseluruhan yaitu ditunjukkan pada gambar 1.5 berikut.



Gambar 1. 5 Grafik Rata Rata Hasil Jawaban Pengguna K-Jek Pada Seluruh Variabel

Sumber : Data Olahan (2024)

Berdasarkan Gambar 1.5 terlihat bahwa pengguna Jasa K-JEK rata rata sudah puas akan harga yang terjangkau, harga yang sesuai dengan jarak, kemudian daya saing yang kompetitif dan harganya sesuai dengan manfaat yang diberikan oleh jasa transportasi K-Jek. Hal ini sejalan dengan Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa harga adalah salah satu faktor kunci yang mempengaruhi loyalitas pelanggan pada layanan transportasi online. Studi oleh Naya et al (2024) menemukan bahwa konsumen transportasi online di Indonesia lebih cenderung loyal jika tarif yang ditawarkan kompetitif dan sebanding dengan layanan yang diberikan. Selain itu, riset oleh Kusuma et al (2014) mengungkapkan bahwa dalam persaingan ketat, pelanggan lebih sensitif terhadap fluktuasi harga dan sering membandingkan tarif antar aplikasi sebelum memilih layanan. Namun, faktor harga saja tidak cukup dalam membentuk loyalitas jangka panjang. Kualitas pelayanan menjadi aspek yang sangat menentukan, terutama ketika pelanggan mengevaluasi pengalaman mereka.

Tak hanya itu, terlihat bahwa pelanggan juga merasa kualitas pelayanan K-Jek baik dalam hal *tangible, realibility, responsiveness, assurance dan empathy*. Dalam hal ini K-Jek menggunakan SOP berkendara baik itu kelengkapan motor

hingga kelengkapan berkendara baik *driver* maupun penumpang hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Andriani & Nasution (2023) Dalam penelitian tersebut juga dijelaskan mengenai kualitas pelayanan dalam hal ketepatan waktu, keamanan, dan kenyamanan sangat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan transportasi online. Pelanggan cenderung menghindari layanan dengan rating rendah, karena dianggap kurang dapat dipercaya. Oleh karena itu, penyedia layanan transportasi online harus fokus meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat menciptakan loyalitas yang lebih kuat. Lebih jauh lagi, penelitian di bidang pemasaran menunjukkan bahwa kepercayaan pelanggan dan kepuasan pelanggan adalah variabel perantara yang signifikan dalam memediasi hubungan antara harga, kualitas pelayanan, dan loyalitas. Chen et al (2018) menunjukkan bahwa kepercayaan adalah mediator penting antara kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan.

Hal tersebut membuat pelanggan percaya akan jasa transportasi K-Jek dalam segala bentuk jasa yang diberikan, hal ini dikarenakan pelanggan telah puas dengan harga dan kualitas yang diberikan. Hal ini sejalan dengan Studi yang dilakukan oleh Sari & Prasetyo (2019) yang mengemukakan bahwa kepercayaan pelanggan terhadap aplikasi transportasi online menciptakan rasa aman dalam penggunaan layanan dan membentuk keterikatan jangka panjang. Ketika pelanggan percaya bahwa penyedia layanan mampu memberikan pengalaman yang konsisten, mereka cenderung menjadi lebih loyal. hal ini juga dapat dilihat dari rating yang diberikan pelanggan kepada K-Jek yaitu pada gambar 1.8 berikut.



Gambar 1. 6 Rating K-Jek di Aplikasi

Sumber : Penulis (2024)

Berdasarkan Gambar 1.8 terlihat bahwa Kepuasan yang tinggi mengarah pada ulasan positif dan rekomendasi dari mulut ke mulut, yang sangat penting dalam era digital. Kepuasan muncul karena adanya kualitas dan kepercayaan yang tinggi dari

konsumen. Menurut Oliver (1997) dalam Model Disconfirmation of Expectations, Kepuasan pelanggan terjadi ketika kinerja layanan melebihi atau setidaknya memenuhi ekspektasi pelanggan. Dalam konteks transportasi online, kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan harga. Hal ini sesuai dengan pendapat Shah & Handrito (2022), konsumen yang puas akan berkunjung kembali, melakukan pembelian, dan merekomendasikan layanan tersebut dalam arti hal ini melakukan behavioral intention atau niat perilaku.

Walaupun hasil prasurvey ini bernilai positif, tentu ada beberapa masalah utama yang masih dapat mempengaruhi kinerja dan perkembangan layanan ini. Beberapa masalah yang masih ada di K-JEK meskipun ada penerimaan yang baik dari konsumen berdasarkan hasil jawaban (**Tidak**) pada hasil prasurvey antara lain pada tabel 1.3 berikut :

Tabel 1. 3 Masalah Utama

Variabel	Masalah
Kualitas Pelayanan yang Variatif	Meskipun secara umum konsumen merasa puas, perbedaan kualitas pelayanan yang diterima oleh pelanggan bisa menjadi masalah. Ada kemungkinan bahwa kualitas layanan dari setiap driver atau dalam hal konsistensi layanan seperti ketepatan waktu, kenyamanan, atau responsivitas belum merata di seluruh area. Ulasan negatif yang ditemukan dalam aplikasi K-JEK menunjukkan bahwa beberapa pelanggan masih merasa tidak puas dengan aspek-aspek tertentu

	dari layanan, seperti pelayanan driver atau pengalaman menggunakan aplikasi.
Kepercayaan dan Kepuasan yang Tidak Stabil	Walaupun hasil prasurvey menunjukkan tingkat kepuasan yang cukup tinggi, ketidakstabilan dalam pengalaman pelanggan (misalnya, ulasan negatif atau keluhan terkait layanan tertentu) dapat menurunkan kepercayaan dan kepuasan jangka panjang. Jika pelanggan merasa bahwa mereka tidak mendapatkan layanan yang konsisten atau tidak merasa dihargai, mereka mungkin akan ragu untuk terus menggunakan layanan K-JEK dan menjadi pelanggan setia.
Pengaruh Harga dalam Daya Saing yang Tidak Optimal	Meskipun harga K-JEK lebih terjangkau dibandingkan dengan layanan transportasi konvensional di Karangasem, harga tetap menjadi faktor yang sensitif dalam mempertahankan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang. Jika harga terlalu rendah atau tidak sesuai dengan kualitas yang

	diberikan, pelanggan dapat merasa bahwa harga tidak sebanding dengan manfaat atau kualitas pelayanan yang mereka terima. Hal ini dapat merusak citra dan daya saing K-JEK, terutama di pasar yang semakin berkembang.
Tantangan dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan	Walaupun konsumen rata-rata merasa puas, loyalitas pelanggan dalam jangka panjang tetap menjadi tantangan. Loyalitas tidak hanya bergantung pada harga dan kualitas pelayanan, tetapi juga pada pengalaman keseluruhan pelanggan yang melibatkan aspek kepercayaan dan kepuasan. Dalam industri transportasi online yang berkembang pesat, pelanggan memiliki banyak pilihan alternatif, sehingga menjaga loyalitas mereka sangat penting.

Sumber : (Penulis, 2025)

Berdasarkan tabel diatas dan dilihat dari penelitian yang dilakukan oleh (Alintani & Dupri, 2022; Febriani & Ekowati, 2022; Sampeallo et al., 2023) serta (Sholikhah & Hadita, 2023) hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memberi dampak positif serta signifikan pada loyalitas pelanggan. Namun, hal ini berbeda dengan penelitian oleh Astianita & Lusita (2022)

menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak mempengaruhi loyalitas pelanggan. Penelitian oleh (K. A. Dewi, 2018), (Zatalini et al., 2022), hasil penelitian menunjukkan bahwa harga memberi dampak positif serta signifikan pada loyalitas pelanggan. Namun, hal ini berbeda dengan penelitian oleh Mirandasari & Firmansyah (2024) dan Ahmudin & Ranto (2023) yang menyatakan bahwa harga tidak dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Penelitian oleh Ahmudin & Ranto (2023), Subhan & Iswati (2022) bahwa kepuasan pelanggan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Namun, temuan tersebut berbanding terbalik dengan temuan yang dilakukan oleh Aprileny et al (2022) bahwa kepuasan pelanggan tidak dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Penelitian oleh Aprileny et al (2022) bahwa secara tidak langsung kualitas pelayanan tidak mempengaruhi loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Namun, tidak relevan dengan penelitian Anggraini & Budiarti (2020) berpendapat bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai mediasi. Sedangkan penelitian bahwa kepuasan pasien secara signifikan memediasi harga terhadap loyalitas pelanggan. Namun, hasil ini tidak relevan dengan penelitian Aprileny et al (2022) yang menyatakan bahwa harga secara tidak langsung tidak dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Sehingga, pada penelitian ini penulis ingin mengkaji lebih dalam lagi bagaimana harga dan kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas pelanggan transportasi online khususnya pada jasa transportasi K-Jek dengan memperhatikan kepercayaan dan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. Dengan memanfaatkan temuan-temuan dari penelitian terdahulu, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada pemahaman lebih lanjut mengenai strategi peningkatan loyalitas pelanggan di industri transportasi online serta memberikan rekomendasi praktis bagi penyedia layanan dalam mengelola faktor-faktor tersebut agar dapat memenangkan persaingan di pasar. Oleh karena itu, peneliti mengambil judul yaitu “PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI VARIABEL KEPERCAYAAN PELANGGAN DAN KEPUASAN PELANGGAN PADA JASA TRANSPORTASI ONLINE”

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka pertanyaan penelitian dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan K-JEK berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
2. Apakah harga yang diberikan oleh K-JEK berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan K-JEK?
3. Apakah kualitas pelayanan KJEK berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
4. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan K-JEK?
5. Apakah kualitas pelayanan K-JEK berpengaruh terhadap kepercayaan?
6. Apakah harga yang diberikan oleh K-JEK berpengaruh terhadap kepercayaan?
7. Apakah kualitas pelayanan K-JEK berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan?
8. Apakah harga yang diberikan oleh K-JEK berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan?
9. Apakah kualitas pelayanan dari K-JEK berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan kepercayaan?
10. Apakah harga yang diberikan oleh K-JEK berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan kepercayaan?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Menganalisis kualitas pelayanan K-JEK berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
2. Menganalisis harga K-JEK berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
3. Menganalisis kualitas pelayanan K-JEK berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
4. Menganalisis harga K-JEK berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
5. Menganalisis kualitas pelayanan K-JEK berpengaruh terhadap kepercayaan
6. Menganalisis harga K-JEK berpengaruh terhadap kepercayaan.
7. Menganalisis kualitas pelayanan K-JEK berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan.

8. Menganalisis harga K-JEK berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan.
9. Menganalisis kualitas pelayanan K-JEK berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan kepercayaan.
10. Menganalisis harga K-JEK berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan kepercayaan.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Aspek Teoritis
 - a. Sebagai bahan referensi bagi pembaca untuk penelitian selanjutnya dalam perusahaan jasa bagi peneliti yang berminat dalam meneliti transportasi online, dan juga sebagai tambahan untuk menambah wawasan,
 - b. Sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya yang sejenis,
 - c. Menerapkan dan memperdalam ilmu serta teori yang telah di dapat selama kuliah, khususnya. Mata kuliah manajemen pemasaran yang diterapkan pada permasalahan nyata melalui tugas akhir ini.
2. Aspek Praktis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan dan saran kepada perusahaan K-Jek agar lebih memperhatikan pelayanan dan kepercayaan agar menciptakan kepuasan pelanggan serta dapat memperbaiki kualitas dan layanan dari K-Jek,
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan serta masukan bagi pihak yang berkepentingan, tertarik terhadap bahasan ini guna peneliti atau keperluan dan kepentingan lainnya.

1.6 Waktu dan Periode Penelitian

Waktu dan periode pelaksanaan kegiatan penelitian ini dimulai Oktober 2022 sampai dengan Desember 2022 bertempat di Kabupaten Karangasem, Bali. Kemudian dilanjutkan Kembali melakukan penelitian pada bulan Februari 2024