

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Transportasi merupakan kegiatan memindahkan atau mengangkut muatan sbarang atau manusia dari tempat asal ke tempat tujuan, dari tempat awal ke tempat tujuan. Transportasi memiliki peranan yang sangat penting dan merupakan salah satu kebutuhan dasar untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan hidup manusia serta sangat dibutuhkan dalam perekonomian dan pembangunan.

Tidak dapat dipungkiri bahwa transportasi sangat penting bagi Masyarakat, Transportasi memudahkan aktivitas dan kegiatan sehari-harinya. Untuk melakukan kegiatannya, seperti bekerja, bersekolah, berpergian, dan melakukan aktivitas lainnya, setiap orang membutuhkan transportasi. Terlepas dari transportasi, semua aspek kehidupan masyarakat tidak ada yang hilang. Kebutuhan tersebut tidak dapat terpenuhi hanya dalam satu tempat untuk memenuhi kesejahteraan hidup. Dengan demikian, transportasi penting untuk mobilitas manusia. Aplikasi online, juga dikenal sebagai "transportasi online", telah muncul untuk melayani transportasi umum. Minat perkembangan yang ada di masa ini dan masa yang akan datang layanan transportasi online, banyak penelitian yang akan dilakukan untuk mengetahui pengguna transportasi tersebut.

Transportasi online sendiri merupakan inovasi baru dalam transportasi umum, termasuk ojek online yang dapat dipesan melalui smartphone. Sistem ojek online ini sangat berbeda dari ojek biasa. Penelitian sebelumnya yang digunakan

untuk bahan pertimbangan melakukan penelitian ini dalam jurnal pengembangan teknologi informasi dan ilmu komputer. Muh.Edo Aprillia Andilala, a A. Bachtiar dan Chandra Saputra ( 2018 ). Hasil dari penelitian tersebut. Terdapat pengaruh secara secara simultan atau bersama – sama antara variabel independen yaitu harga, persepsi ukuran, persepsi reputasi dan kualitas layanan terhadap Kepercayaan konsumen pada GO-JEK. Namun demikian, secara parsial variabel harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepercayaan konsumen pada GO-JEK, Begitu pula dengan Persepsi Reputasi, variabel ini juga tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepercayaan konsumen pada GO-JEK.

Menurut Bagus Dwiseptiani Mardjani, Joyce Lopian Dan Maryam Mangantar ( 2023 ) Hasil olahan data pada uji f (simultan) Gojek dan Maxim membuktikan bahwa Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan secara bersama-bersama (simultan) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Kualitas pelayanan, harga dan promosi yang diberikan perusahaan dan kepuasan konsumen berhubungan erat dengan keuntungan yang akan didapatkan oleh perusahaan karena dengan kualitas pelayanan dan harga yang memenuhi preferensi konsumen. Kepuasan pelanggan sangatlah penting bagi sebuah perusahaan karena jika konsumen merasa puas maka perusahaan akan dapat berjalan lama. Oleh karena itu perusahaan harus pintar-pintar untuk memelihara konsumen, sehingga konsumen akan tetap setia pada perusahaan. Kualitas pelayanan, harga, dan promosi merupakan variable yang menjadikan konsumen puas.

Banyak perusahaan terus berinvestasi dalam jasa karena daya tariknya yang tinggi dan menjanjikan. Begitu juga dengan perusahaan transportasi, yang menawarkan layanan untuk membantu orang berbisnis. Maxim adalah salah satu perusahaan transportasi yang berkembang di kota Palembang. Perusahaan internasional Maxim berasal dari Rusia dan membuat hubungan antara pengemudi dan pelanggan lebih mudah. PT Teknologi Perdana Indonesia mendirikan Maxim di Indonesia pada tahun 2018. Maksim berkomitmen untuk memberikan layanan terbaik kepada orang-orang. Maxim harus menggunakan strategi yang tepat untuk bersaing dengan pesaing sejenisnya untuk mempertahankan dan meningkatkan reputasinya yang masih baru. Kepuasan pelanggan adalah bagian terpenting dari kesuksesan. Pertemuan dengan kepuasan pelanggan dapat menjadi strategi bisnis yang bertahan lama.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “ **PENGARUH HARGA, KUALITAS LAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNA MAXIM PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS PGRI PALEMBANG**”.

## **2.1 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pengguna maxim pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas PGRI Palembang ?

2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pengguna maxim pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas PGRI Palembang ?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pengguna maxim pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas PGRI Palembang ?
4. Apakah harga, kualitas layanan dan promosi pengaruh secara bersamaan terhadap keputusan pengguna maxim pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis universitas PGRI Palembang ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui besarnya pengaruh harga terhadap keputusan pengguna maxim pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas PGRI Palembang.
2. Untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pengguna maxim pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas PGRI Palembang.
3. Untuk mengetahui besarnya pengaruh promosi terhadap keputusan pengguna maxim pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas PGRI Palembang.
4. Untuk mengetahui harga, kualitas layanan dan promosi pengaruh secara bersamaan terhadap keputusan pengguna maxim pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis universitas PGRI Palembang.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun beberapa manfaat dari penelitian ini yaitu :

1. Bagi Perusahaan Transportasi Online

Penelitian ini berguna untuk membantu pengguna dalam mengambil keputusan menggunakan transportasi online maxim.

2. Bagi Mahasiswa

Memberikan pengetahuan agar dapat dengan baik menentukan keputusan dalam menggunakan transportasi online.