

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Indonesia negara terpadat keempat di dunia dengan jumlah penduduk sekitar 269 juta penduduk Indonesia atau 3,49% dari penduduk dunia Jayani (2019). Kepadatan ini kemudian berdampak pada terbatasnya ketersediaan lahan dan ketimpangan permukaan yang tersedia bagi masyarakat, dan pertumbuhan penduduk yang pesat terus menimbulkan banyak konsekuensi, khususnya di Indonesia. DKI Jakarta adalah sebuah kota yang sangat padat dengan populasi yang besar, dan saat ini memiliki kepadatan penduduk sekitar 16.704 jiwa per kilometer persegi. Akbar (2020).

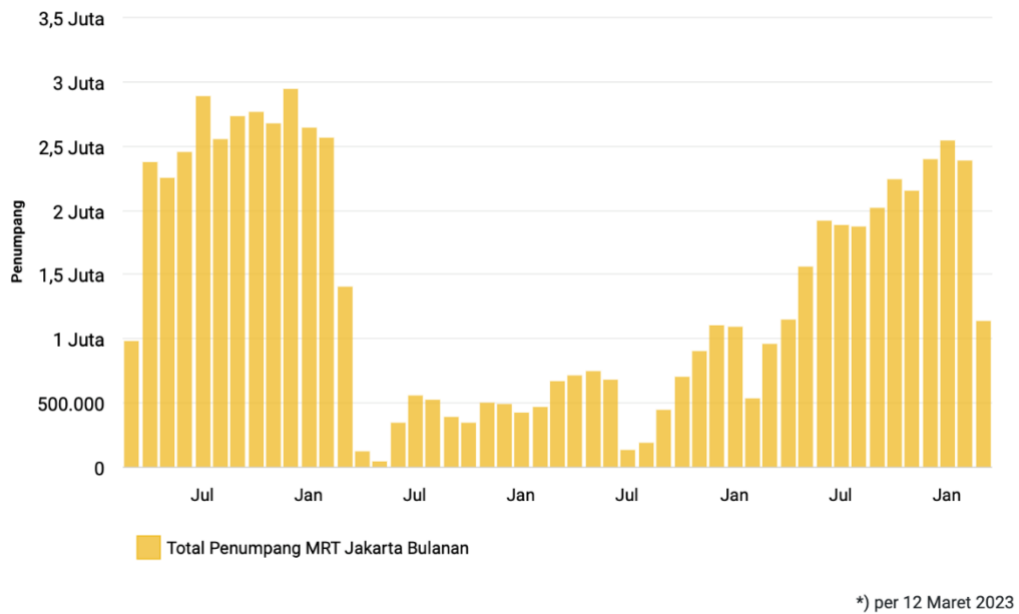
Padatnya kepadatan penduduk di DKI Jakarta, ibu kota Indonesia saat ini, telah menimbulkan ketimpangan tatanan sosial, terutama di kota-kota besar seperti DKI Jakarta. Selain itu, luas wilayah yang dimiliki warga terbatas sehingga membatasi kebebasan bergerak, terutama dalam layanan angkutan umum. DKI Jakarta merupakan kota besar dengan 10 kemacetan terparah di dunia tahun 2019 berdasarkan hasil survei Tom Tom Index sebagai unit resmi pengawas lalu lintas dari Inggris Velarosdela (2021).

Salah satu strategi yang dilakukan Pemprov DKI di Jakarta adalah memperbaiki sistem transportasi dengan membangun sistem angkutan umum berbasis rel yaitu *Mass Rapid Transit* (MRT) yang terintegrasi dengan sistem angkutan umum diharapkan dapat mengurangi kemacetan lalu lintas. Yuniarti *et al.* (2020). Kemudian pada tahun 2019, pemerintah DKI Jakarta bersama-sama mencari solusi atas masalah kemacetan yang terjadi di ibu kota Indonesia dengan memimpin pengembangan moda transportasi yang telah beroperasi sejak tahun 2013 tepatnya di Jakarta. Proyek (*Mass Rapid Transit*) yang mulai beroperasi pada 24 Maret 2019 Primadi (2020).

*Mass Rapid Transit* atau MRT adalah bentuk angkutan massal yang efisien, nyaman dan cepat berbasis kereta listrik Yuniarti *et al.* (2020) MRT Jakarta mulai beroperasi pada Minggu, 24 Maret 2019. MRT sebagai layanan transit berkomitmen memberikan pelayanan terbaik kepada pengguna MRT. Saat ini Mass Rapid Transit (MRT) melayani rute Lebak Bulus hingga Bundaran Hotel Indonesia.

MRT Jakarta sendiri menyediakan akses transportasi umum yang aman dan terjangkau.

Dengan demikian, keberadaan angkutan umum MRT Jakarta membentuk persepsi dan harapan masyarakat pengguna MRT Jakarta terhadap pelayanan MRT Jakarta untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas pelayanan publik Diniaty *et al.* (2019).



Gambar 1.1. Grafik Jumlah penumpang MRT Jakarta Maret 2023  
Sumber: Katadata.co.id

Menurut MRT Jakarta, jumlah penumpang yang menggunakan angkutan umum mengalami penurunan sejak pandemi Covid-19. Ini ditunjukkan pada diagram di atas. Hingga awal 2023, meski penumpang MRT Jakarta perlahan pulih, namun belum mencapai level sebelum Covid-19, yang rata-rata lebih dari 2,6 juta orang per bulan. Terjaganya pelayanan publik yang baik juga harus didukung oleh kualitas pelayanan publik (*service quality*). Pelayanan merupakan faktor yang sangat penting, peningkatan kualitas pelayanan sangat penting karena tujuannya untuk meningkatkan kepuasan masyarakat terhadap pelayanan transportasi Febriyanti *et al.* (2018).

Kualitas dimulai dari kebutuhan pelanggan dan diakhiri dengan pencapaian kualitas pelayanan yang baik. Organisasi yang mampu memberikan dan memenuhi harapan pelanggan menunjukkan kualitas layanan dalam organisasi tersebut Aditya

(2018). Kepuasan datang dari membandingkan harapan dengan apa yang diterima pengguna layanan Noersanti dan Prasetyo (2020). Terdapat korelasi yang kuat antara kualitas pelayanan dengan kepuasan masyarakat karena kepuasan masyarakat dapat mempengaruhi kualitas pelayanan karena tingkat kepuasan masyarakat dapat mempengaruhi dan meningkatkan harapan masyarakat terhadap layanan atau jasa Dewi *et al.* (2019).

MRT (Mass Rapid Transit) Jakarta adalah sebuah sistem transportasi massal yang menggunakan teknologi tinggi dan canggih untuk memberikan layanan yang mudah, praktis, dan cepat kepada masyarakat. Dengan menggunakan teknologi yang teruji, MRT Jakarta telah berhasil menghadirkan sistem transportasi yang efisien dan dapat mengatasi masalah kemacetan di ibu kota. Sehingga mobilitas/perjalanan masyarakat dalam melakukan aktivitas menjadi lebih efektif dan efisien. Namun masih banyak beberapa kendala pada sistem pembayaran konsumen MRT Jakarta, termasuk mesin tiket otomatis bermasalah, pemadaman listrik mengakibatkan terhentinya operasional perjalanan MRT Jakarta pada jam kerja Natarina (2022) Terlihat jelas dari banyaknya kinerja MRT Jakarta yang belum dirasakan langsung oleh konsumen. Berbagai ulasan menemukan bahwa penumpang setuju bahwa MRT belum sepenuhnya diperbaiki dan menawarkan layanan terbaik. Hal ini menimbulkan keluhan dari pengguna jasa MRT Jakarta. Keluhan dan kekecewaan konsumen yang tidak sesuai harapan.

Kualitas pelayanan Menurut Tjiptono (2018), dalam penelitian Afrilliana (2020), kualitas pelayanan adalah keadaan dinamis yang berkaitan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

*Brand Image* merupakan determinan yang mempengaruhi persepsi subyektif dan perilaku konsumen dan merupakan indikasi ketika konsumen mengevaluasi suatu produk atau jasa sebelum menggunakan Natarina *et al.* untuk membeli (2023). Natarina *et al.* (2023). Kotler dan Keller (2018) mendefinisikan *brand image*/citra merek sebagai persepsi mengenai suatu kesan terhadap merek sebagaimana menggambarkan asosiasi merek yang ada didalam benak konsumen, hal ini dibentuk oleh pesan dan pengalaman konsumen terhadap merek yang menciptakan citra di benak konsumen.

Harga dalam kajian Sumarsid dan Paryanti (2022), harga adalah nilai suatu produk/jasa yang mempengaruhi keuntungan produsen. Harga dapat menjadi nilai pembelian konsumen. Kotler dan Keller (2018) menyatakan bahwa harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan untuk suatu produk/layanan atau jumlah nilai yang harus dibayar pelanggan untuk mendapatkan produk/layanan jasa.

Kepuasan pelanggan hasil penelitian dari Yi *et al.* (2021) menyatakan definisi dari kepuasan pelanggan yaitu sebagai gabungan penilaian pengalaman pembelian dan konsumsi pelanggan. Memuaskan konsumen adalah langkah strategis dan tantangan yang harus dihadapi setiap bisnis, ini memainkan peran penting dalam membangun loyalitas pelanggan di perusahaan Kurniawan *et al* (2019)

Studi sebelumnya Ibrahim *et al.* (2019) Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan pada harapan dan persepsi penumpang kereta api di Kuala Lumpur. Ekspektasi penumpang secara konsisten lebih tinggi daripada kepuasan masyarakat.

Selain itu, Lee dan Ng (2018) penelitian sebelumnya hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berhubungan sedang dan lemah terhadap pengaruh kepuasan pelanggan. Rendahnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dapat dijelaskan dengan kenyataan bahwa tidak semua dimensi kualitas pelayanan dapat menimbulkan kepuasan pelanggan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan ditinjau dari kepuasan pelanggan MRT Jakarta.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Brand Image*, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan MRT Jakarta”**

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan maka permasalahan yang dapat dirumuskan pada penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan MRT Jakarta?

2. Apakah terdapat pengaruh antara *Brand Image* terhadap Kepuasan Pelanggan MRT Jakarta?
3. Apakah terdapat pengaruh antara Harga terhadap Kepuasan Pelanggan MRT Jakarta?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

1. Untuk menguji Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan MRT Jakarta.
2. Untuk menguji Pengaruh *Brand Image* terhadap Kepuasan Pelanggan MRT Jakarta.
3. Untuk menguji Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan MRT Jakarta

### **1.4. Manfaat Penelitian**

#### **1. Bagi Penulis**

- a. Meningkatkan pemahaman dan pengetahuan: Melalui penelitian, penulis dapat memperdalam pemahaman dan pengetahuan tentang topik yang diminati.
- b. Meningkatkan kemampuan penelitian: Penulis dapat meningkatkan kemampuan merancang, mengumpulkan dan menganalisis data, serta menulis laporan penelitian yang baik dan benar.
- c. Meningkatkan reputasi akademik: Penulis dapat mempublikasikan hasil penelitiannya di jurnal atau konferensi terkemuka, yang dapat meningkatkan reputasi akademik dan kemungkinan mendapatkan pengakuan atas karya ilmiah.

#### **2. Bagi Universitas**

- a. Meningkatkan reputasi universitas: Penelitian yang berkualitas dan relevan dapat meningkatkan reputasi universitas di tingkat nasional dan internasional.
- b. Meningkatkan kualitas pendidikan: Penelitian dapat menjadi sumber daya untuk meningkatkan kualitas pendidikan di universitas.
- c. Meningkatkan potensi pembiayaan: Hasil penelitian dapat menjadi dasar untuk memperoleh pembiayaan penelitian lebih lanjut dari pemerintah atau industri.

#### **3. Perusahaan**

- a. Memecahkan masalah: Penelitian yang berfokus pada masalah atau tantangan yang dihadapi perusahaan dapat membantu memecahkan masalah tersebut dan meningkatkan efisiensi perusahaan.
- b. Meningkatkan inovasi: Penelitian dapat membantu perusahaan mengembangkan inovasi baru dan meningkatkan daya saing.
- c. Meningkatkan reputasi: Penelitian yang relevan dengan industri dapat meningkatkan reputasi perusahaan sebagai pemimpin dalam bidang tertentu, sehingga meningkatkan kepercayaan pelanggan dan investor.

