



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

# **BAB I**

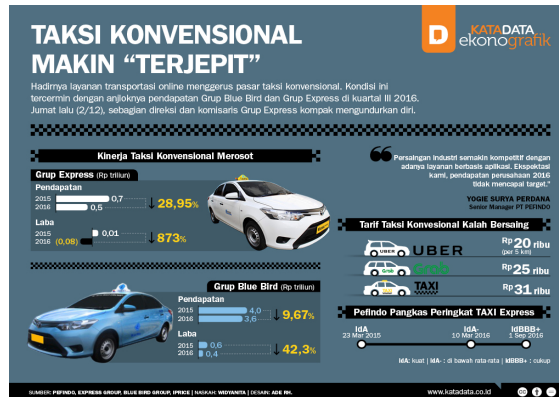
## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Zaman sudah semakin maju, banyak perkembangan yang terjadi di zaman sekarang termasuk transportasi, perkembangan transportasi di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup cepat hal ini dipengaruhi oleh berkembangnya zaman dan pengaruh dari negara-negara lain yang lebih maju baik dari segi ekonomi maupun segi transportasi (Rizafanani, 2019).

Pertumbuhan media Transportasi saat ini sangat pesat, terdapat banyak penyedia taksi di Indonesia yang saling bersaing untuk mendapatkan pangsa pasar. Dengan hadirnya berbagai pilihan transportasi, semakin memperketat persaingan antar penyedia transportasi yang ada. Oleh karena itu seluruh alternative transportasi tersebut harus bersaing untuk memberikan berbagai layanan yang dapat menarik hati pelanggan, dengan berbagai layanan yang baik tentunya akan menarik penumpang untuk setia menggunakan suatu transportasi tersebut dan tidak akan berpindah menggunakan transportasi lain. (Kumaran, 2017)

Salah satu media Transportasi adalah Taksi konvensional sebagai penyedia jasa transportasi yang sudah ada sejak tahun 1930 yang berarti sudah 87 Tahun (Kumaran, 2017). Disaat ini jika tertulis dalam PP Nomor 41 tahun 1993 pasal 1 butir (9) disitu tertulis bahwa taksi adalah “jenis mobil penumpang yang diberi tanda khusus dan dilengkapi dengan argometer (GametechnoBlog, 2019). Terdapat berbagai Taksi konvensional yang ada ditengah-tengah masyarakat saat ini yaitu Taksi Blue Bird, Taksi Express, dapat dilihat pada data dibawah ini bahwa terjadi penurunan laba dan juga pendapatan antara kedua Taksi konvensional ini, Taksi Blue bird membukukan penurunan pendapatan hingga 9.67% dan laba sebesar 873% sedangkan Taksi Express mengalami penurunan pendapatan sebesar 28.95% dan laba sebesar 873% dari data diatas terlihat bahwa Taksi Express mengalami penurunan laba yang sangat besar dan juga fatal.



Gambar 1. 1 Taksi Konvensional Makin Terjepit

Sumber : Katadata.co.id

Taksi Express sudah berdiri sejak tahun 1989 dan terus memberikan pelayanan kepada masyarakat sampai saat ini. PT Express Transindo Utama Tbk. PT. Express Transindo Utama Tbk adalah salah satu operator taksi terbesar di Indonesia, yang melayani khususnya wilayah Jakarta, Depok, Tangerang, Bekasi dan kota-kota besar lain di seluruh Indonesia. Pusat panggilan taksi (*call center*)

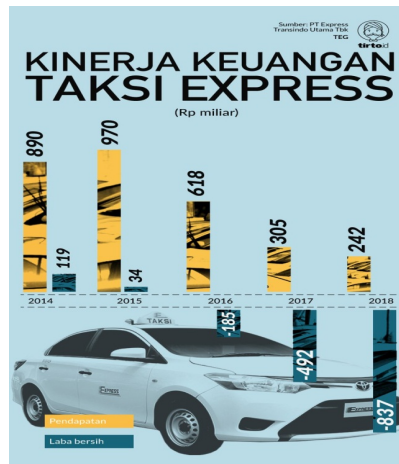


.Gambar 1. 2 Logo Taksi Express

Sumber: google.com

PT Express Transindo Utama Tbk di berbagai wilayah tersedia bagi konsumen selama dua puluh empat (24) jam sehari dan tujuh (7) hari dalam seminggu untuk *order* taksi Express dan Tiara di lokasi manapun di wilayah Jakarta depok tangerang bekasi. Berdasarkan jumlah kendaraan yang memiliki izin operasional yang dioperasikan oleh PT Express

Transindo Utama Tbk dan Entitas Anak. per 31 Desember 2011 PT. Express Transindo Utama Tbk mengoperasikan armada taksi sebanyak 6.002 unit taksi *reguler*, dan per 31 Desember 2012 sebanyak 8.005 unit taksi *reguler* dan per 2018 sebanyak 6.600 unit(Expressgroup,2018).



Gambar 1. 3 Kinerja Keuangan Taksi Express

Sumber : tirto.id

Menurut data Organda, jumlah taksi Express per 2018 tercatat 9.700 dari sebelumnya sebanyak 25.550 unit. Pada saat yang sama, jumlah pengemudi taksi online sebanyak 170.000 orang dari satu perusahaan penyedia aplikasi. Situasi booming Taksi online membuat PT. Express Transindo Utama Tbk. Merugi selama 4 Tahun Terakhir. Pada 2014, Express masih membukukan laba bersih senilai Rp119 miliar. Tahun selanjutnya, laba Express menciut tinggal sebesar Rp34 miliar seiring dengan kehadiran angkutan online, baik dari taksi maupun ojek. (Gumiwang, 2019)

Tahun 2015 merupakan tahun terakhir Taksi Express mencatat laba sebesar 34 miliar. Tahun selanjutnya PT. Express Transindo Utama Tbk mengalami kerugian yang setiap tahunnya semakin besar. Dilihat dari Grafik pada gambar di atas tahun 2016 PT. Express Transindo Utama Tbk mengalami kerugian sebesar 185 Miliar, diikuti tahun 2017 sebesar

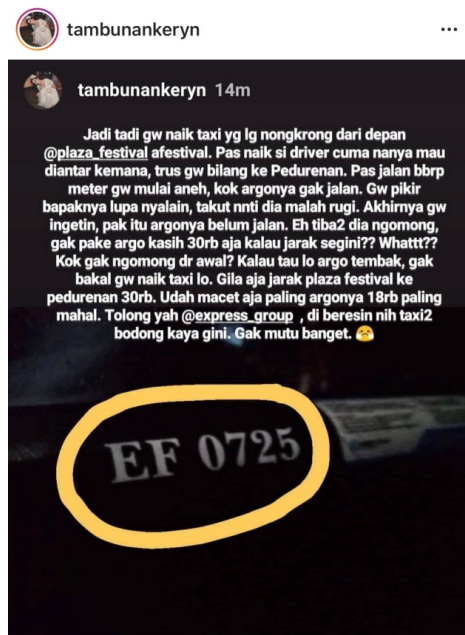
492 Miliar dan 2018 sebesar 837 Miliar. Kerugian tersebut juga terus berlanjut hingga kuartal pertama tahun 2019 dalam laporan keuangan yang dipublikasi, Express membukukan kerugian sebesar 42 Miliar atau turun 61 persen dari rugi pada periode yang sama tahun lalu sebesar Rp109 miliar (Gumiwang, 2019).

Karena kerugian yang diderita selama 4 Tahun ini PT. Express Transindo mengalami gagal bayar hutang tepat waktu. Bunga utang yang gagal dibayar tepat waktu itu adalah utang Obligasi Express I/2014 senilai Rp1 triliun. Kala itu, utang obligasi itu digunakan untuk membeli kendaraan, tanah, bangunan dan sarana pendukung lainnya. Kegagalan tersebut dalam membayar bunga ke 15 yang jatuh tempo pada Maret 2018, tidak hanya itu PT. Express Transindo Utama Tbk kembali mengalami gagal bayar hutang 16 dan 17 utang Obligasi Express I/2014. Selain itu PT. Transindo Utama Tbk juga kesulitan untuk membayar hutang ke perbankan BCA tepat waktu oleh karena itu PT. Transindo Utama Tbk beberapa kali menjual asetnya berupa tanah dan infrastrukturnya (Gumiwang, 2019).

Sepanjang tahun berjalan ini, perseroan sudah dua kali melepas asetnya demi melunasi sebagian utang perseroan kepada BCA yang jatuh tempo. Adapun, utang perseroan ke BCA per 31 Maret 2019 seluruhnya mencapai Rp302,76 miliar. pertama, pada 11 Januari 2019, perseroan menjual 6 bidang tanah di Kota Bekasi senilai Rp112,15 miliar *Kedua*, pada 23 Januari 2019, perseroan menyerahkan dua bidang tanah yang berlokasi di Tangerang, Banten senilai Rp. 43,44 miliar. Tak hanya aset tanah dan bangunan saja yang dijual, perseroan dikabarkan juga akan menjual armadanya (Gumiwang, 2019).

Berdasarkan data dari Gumiwang (2019) PT. Express Transindo masih mempunyai hutang kepada perbankan BCA, sehingga masih ada penjualan 1.200 unit Jumlah armada PT. Express Transindo Utama Tbk terutama taksi reguler. Pada 2016, jumlah taksi reguler masih di atas 7.000 unit. Hingga akhir 2018, jumlahnya tinggal 6.600 unit. Tidak hanya jumlah armada yang berkurang jumlah karyawan PT. Express Transindo Utama Tbk pun ikut menurun jumlahnya. Pada 2016, karyawan yang bekerja di Express mencapai 1.960 orang,

terdiri dari 834 karyawan tetap dan 1.126 karyawan kontrak. Hingga akhir 2018, jumlah karyawan tinggal 714 orang. Menurunnya Laba Taksi Express dalam 4 tahun terakhir diduga karena menurunnya *Customer Loyalty* dari penumpang Taksi Express yang disebabkan oleh faktor-faktor dibawah ini :



Gambar 1. 4 Review Penumpang Taksi Express

Sumber : (Instagram,2018)

Dari gambar diatas berisi cuarahan pengalaman pengguna Taksi Express yang menceritakan pengalamannya saat menggunakan Taksi Express di Sosial Media Instagram, pengguna Instagram bernama tambunankeryn menceritakan saat ingin ke Pandurenan menggunakan Taksi Express, dalam perjalanan tersebut penumpang melihat bahwa argo Taksi tidak jalan sehingga penumpang mengingatkan supir bahwa argo belum dinyalakan, tetapi saat diingatkan supir Taksi Express berkata bahwa memang Argo tidak dijalankan dan langsung memberikan harga Rp. 30.000 yang menurut penumpang tersebut sangat mahal dan seharusnya harga dari jarak demikian tidak sampai Rp. 30.000 penumpang tersebut marah dan memposting pengalaman tersebut ke Instagram sehingga dapat dilihat oleh banyak orang

lalu *mention* akun Instagram Taksi Express. Terlihat bahwa penumpang tersebut sangat kecewa dan akhirnya kekecewaan tersebut diluapkan dengan memposting dan membagikan pengalamannya ke social media, yang berarti akan dilihat oleh banyak orang.



Gambar 1.5 Review Penumpang Taksi Express

Sumber : (Instagram,2018)



Gambar 1. 6 Review Penumpang Taksi Express

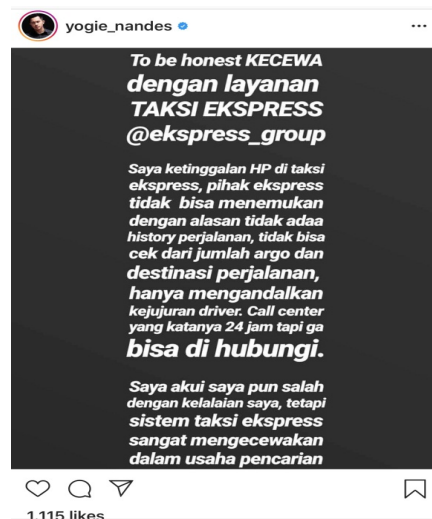
Sumber : (Instagram, 2018)

Dari gambar 1.6 berisi pengalaman penumpang Taksi Express yang mengeluhkan mahalannya tarif Taksi Express yang terdapat pada poin kedua dimana harga antar terminal Rp. 150.000 tanpa argo, tariff tersebut dianggap sangat mahal oleh Penumpang Taksi Express dengan akun Instagram bernama robetbet, lalu penumpang tersebut meminta kwitansi karena menurutnya jika harga tersebut resmi pasti memiliki kwitansi khusus, namun pengemudi hanya dapat memberikan kwitansi manual dan kwitansi mesin dengan nominal 0 rupiah lalu secara manual ditambahkan tulisan Rp. 150.000, hal tersebut membuat penumpang tersebut heran karena kwitansi yang diberikan tidak resmi tetapi harga yang diberikan sangat mahal, lalu hal tersebut membuat penumpang tersebut berfikir bahwa tarif yang ditetapkan tersebut memanfaatkan keadaan untuk kepentingan perusahaan dan juga pribadi. Hal tersebut menunjukkan bahwa dengan kondisi penumpang tersebut yang sedang panik yang sangat terlihat, membuat pengemudi tersebut asal menetapkan harga hingga Rp. 150.000 dengan jarak antar terminal untuk keuntungan pribadi atau perusahaan sendiri. Dengan adanya kasus diatas terlihat bahwa penumpang merasa kecewa akibat mahalannya harga yang ditentukan oleh pengemudi Taksi Express tanpa menggunakan argo, sehingga dapat diduga bahwa *perceived price* berpengaruh pada *Customer Loyalty*

Terdapat pula adanya keluhan pelanggan bernama Randi yang melaporkan keluhannya melalui website rumahpengaduan.com, penumpang bernama Randi tersebut melaporkan mengenai buruknya sikap pengemudi Taksi Express Buruknya cara pengemudi taksi express saat mengemudikan taksinya dirasakan oleh penumpang Taksi Express penumpang tersebut mengatakan bahwa supir mengemudikan mobil sangat ugal-ugalan dan tidak tahu jalan. Tidak melakukan rem saat ada polisi tidur di jalan dan tidak memberikan permintaan maaf kepada penumpang, sehingga penumpang tersebut berharap agar hal tersebut segera untuk ditindaklanjuti, jika hal tersebut dibiarkan terus berlanjut akan membuat penumpang jera untuk menggunakan Taksi Express, karena jika supir ugal-ugalan akan menyebabkan kecelakaan dan membahayakan penumpang. Jika penumpang sudah jera menggunakan Taksi Express memungkinkan bahwa Ia tidak akan menggunakan Taksi



Express untuk perjalanan selanjutnya oleh karena itu dapat diduga bahwa *Perceived Safety* mempunyai pengaruh positif terhadap *Customer Loyalty*.



Gambar 1.7 Review Penumpang Taksi Express

Sumber : (Instagram,2018)

Menurunya *Customer Loyalty* dapat dipengaruhi oleh *Perceived Convinience*, berdasarkan gambar diatas berisi curahan pengguna Taksi Express dengan username yogie\_nandes yang mengungkapkan kekecewaannya dengan Taksi Express melalui social media Instagram, Yogie mengungkapkan bahwa ia merasa ponsel miliknya tertinggal saat berada di Taksi Express, namun *Customer Service* Taksi Express tidak dapat menemukan ponsel tersebut dengan alasan tidak ada *history* perjalanan dan tidak dapat melakukan pengecekan dari jumlah argo dan destinasi perjalanan terlebih lagi *Call Center* 24 jam tidak dapat dihubungi dan tidak dapat membantu permasalahan yang dihadapi oleh Yogie. Sehingga Ia berkata sangat kecewa terhadap pelayanan Taksi Express dalam menangani keluhan pelanggan

Ponsel merupakan barang terpenting yang dimiliki jika pihak *Customer Service* dapat membantu hal tersebut akan sangat berarti bagi penumpang dan penumpang akan merasa

pelayanan yang diberikan sangat baik sehingga para penumpang akan merasa sangat nyaman memilih Taksi Express sebagai pilihan berkendara, jika hasil yang diterima penumpang buruk maka akan berakhir seperti gambar diatas, dimana penumpang akan mengungkapkan kekesalannya di media social yang dilihat banyak orang sehingga orang yang melihat pasti tidak akan mau menggunakan layanan Taksi Express karena sudah berasumsi jelek akibat melihat post tersebut. Terlebih Instagram Yogie\_nandes sudah *verified* sehingga followersnya pasti terbilang banyak, hal tersebut dapat membuat citra yang tidak baik bagi Taksi Express dihadapan pengikut Instagram Yogie. Jika sudah terjadi kejadian demikian Yogie yang merasakan buruknya pelayanan yang di dapat untuk menemukan barang yang hilang sehingga ia merasa kecewa dan sangat tidak puas atas layanan yang diterimanya dan tidak akan menggunakan Taksi Express kembali. sehingga hal tersebut dapat membuktikan bahwa *Perceived Convenience* berdampak pada *Customer Loyalty*.

Menurut Widi dalam Kompasiana (2019) terdapat 5 alasan yang membuat menggunakan Taksi tidak nyaman kembali yaitu alasan yang pertama adalah tidak praktis order *by phone* sangat menyusahkan karena taksi kunjung datang dan pengemudi tidak tau arah, pengemudi banyak tidak mengetahui arah yang dituju karena kebanyakan berasal dari lokasi lain, yang kedua menurut widi adalah sopir yang cenderung pilih – pilih penumpang, pengemudi cenderung membedakan penumpang dan sikapnya akan berbeda kepada penumpang yang memiliki tujuan yang jauh dan tujuan yang dekat.

Selanjutnya dari segi harga Taksi menggunakan argo cenderung dapat dipermainkan soal harga, pengemudi yang memiliki niat yang tidak baik dapat sengaja menggunakan rute yang salah agar argo dapat menjadi semakin tinggi, dapat juga menggunakan argo kuda. Saat macetpun argo taksi semakin mahal. Lalu yang ke-4 pengemudi taksi cenderung tidak menggunakan GPS dan hanya mengandalkan pengetahuan mereka tentang jalan sehingga banyak yang salah arah karenanya lalu yang terakhir menurut Widi (2019) Taksi konvensional tidak terlalu nyaman, karena kursinya kurang empuk dan terdapat aroma dalam

kendaraan yang bau apek atau asap rokok, maksimal penumpang hanya empat orang(Widi,2019).

Selain keluhan penumpang diatas penulis juga melakukan survey dengan 17 Responden dengan *screening* penumpang yang mengetahui Taksi Express dan sudah pernah menggunakan Taksi Express dalam waktu dekat didapatkan hasil sebagai berikut:



Gambar 1. 8 Alasan penumpang kedepannya tidak ingin menggunakan Taksi Express kembali

Sumber : Hasil survey dengan 17 Responden

Dalam survey kali ini, penumpang dapat menyebutkan 1 atau lebih mengenai alasan mereka tidak ingin menggunakan Taksi Express untuk selanjutnya. Sebanyak 5 dari 17 responden atau sebesar 29% mengatakan bahwa alasan mereka tidak ingin menggunakan Taksi Express kembali adalah dari harga Taksi Express yang cenderung lebih mahal dibandingkan Taksi konvensional atau taksi online lainnya. Selanjutnya sebanyak 24% mengatakan bahwa alasannya adalah Tingkat keamanan menggunakan Taksi Express kurang

terpenuhi, sebanyak 18% merasa kurang nyaman saat menggunakan Taksi Express, dan sebanyak 29% responden menjawab bahwa Taksi Express sulit dijangkau.

Penulis juga melakukan interview dengan 7 responden yang sudah lulus uji screening yaitu tau adanya layanan Taksi Express, pernah menggunakan Taksi Express dalam 3 bulan terakhir tetapi sekarang tidak berniat untuk menggunakan kembali ke-7 responden memiliki jawaban yang berbeda satu dengan yang lainnya untuk responden pertama mengatakan bahwa harga merupakan faktor yang mempengaruhi akan menggunakan Taksi Express kembali atau tidak, menurutnya jika mendapatkan harga yang murah dengan kualitas yang sama mengapa harus memilih harga yang mahal, selain itu rasa aman juga mempengaruhinya karena ia juga harus memikirkan faktor keselamatan saat menggunakan layanan transportasi

Responden ke-2 menyebutkan bahwa faktor *safety* mempengaruhinya untuk kembali menggunakan Taksi Express, saat melihat kejanggalan yang ditunjukkan oleh pengemudi, ia sulit untuk melaporkan kejadian tersebut karena harus telfon ke *call center* hal tersebut menyulitkan penumpang tersebut sehingga responden ke-2 menyatakan bahwa ia belum berniat untuk kembali menggunakan Taksi Express. Responden ke-3 menyatakan bahwa ia kesulitan untuk melakukan pemesanan menggunakan Taksi Express karena harus melakukan system telephone dan hal tersebut menyulitka beliau, lalu ia juga mengeluhkan bahwa tidak bisa mendeteksi keberadaan Taksi Express sehingga tidak dapat memprediksi kedatangan Taksi Express, hal tersebut membuat responden ke-3 belum berniat untuk kembali menggunakan Taksi Express.

Responden ke-4 juga menyatakan bahwa ia tidak akan menggunakan Taksi Express untuk perjalanan selanjutnya karena merasa bahwa menggunakan Taksi Express tidak memberikan kenyamanan baginya, ia mengatakan bahwa Taksi Express cenderung kotor dan memberikan wangi yang tidak sedap sehingga membuatnya tidak ingin kembali menggunakan Taksi Express. Responden ke-5 juga menyatakan bahwa belum memiliki rencana untuk kembali menggunakan Taksi Express karena memiliki informasi yang minim

tentang layanan Taksi Express. Responden ke-6 menyatakan bahwa ia juga belum memiliki niat untuk kembali menggunakan Taksi Express disebabkan oleh sulitnya mengakses layanan Taksi Express tersebut.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang masalah yang dijelaskan diatas terlihat penurunan pendapatan dan juga laba dari Taksi Express yang sangat signifikan, Taksi Express terakhir membukukan laba yaitu pada tahun 2015 yang kemudian selalu mengalami kerugian selama 3 tahun berturut-turut yaitu pada tahun 2016, 2017 dan juga 2018 kerugian yang tercatatpun semakin besar dan meningkat dari tahun ke tahun, karena kerugian yang dideritanya menyebabkan Taksi Express mengalami gagal bayar tepat waktu dan memiliki sejumlah hutang obligasi, oleh karena itu Taksi Express memutuskan untuk menjual asetnya berupa tanah dan juga infrastruktur, Taksi Express pun mengurangi jumlah karyawan yang bekerja yaitu dari 1.960 sekarang hanya mencapai 834 karyawan tetap(Gumiwang,2019).

Kerugian yang diderita dan juga penurunan laba tersebut diduga karena menurunnya *customer loyalty* dari PT. Express Transindo Utama Tbk, terlihat dari review pelanggan yang mengutarakan kekecewaanya terhadap Taksi Express mulai dari harga yang mahal, sikap pengemudi yang kurang berkenan dan juga pelayanan Taksi Express yang kurang membantu penumpang, terdapat pula kutipan dari kompasina (2019) mengenai 5 alasan yang membuat menggunakan Taksi tidak nyaman dan juga survey dengan 17 responden yang menunjukkan berbagai alasan penumpang tidak ingin menggunakan Taksi Express kembali untuk perjalanan selanjutnya. Terakhir terdapat hasil *interview* dengan 6 responden yang menyebutkan berbagai alasan responden tersebut tidak ingin kembali menggunakan Taksi Express

*Perceived Safety* rasa aman adalah kondisi dimana seseorang terbebas dan berada dalam kondisi aman dan tentram (Asih & Anne Griffyn Perry, 2006). *Perceived safety* merupakan faktor yang dipertimbangkan oleh pelanggan saat menggunakan taksi, *perceived*

*safety* merupakan faktor terpenting yang dapat menarik pelanggan untuk memilih suatu layanan taksi (Mohamad, Anis Fatihah Mahamad Fuad, & Abdullah, 2016). jika sesuatu terjadi saat mereka menggunakan transportasi tersebut akan menurunkan kepuasan mereka dan dapat berakibat mereka tidak akan menggunakan layanan tersebut kembali (Atalik, Ozlem, & Ozel, 2007).

*Perceived price* adalah sudut pada konsumen terhadap harga yang mereka bayar sebagai imbalan atas barang yang mereka beli atau layanan yang mereka dapatkan (Bei & Chiao, 2001). Konsumen pada dasarnya membuat keputusan tentang apa yang akan mereka beli dan berapa banyak yang akan mereka bayarkan untuk setiap produk tergantung pada berapa harga yang mereka dapatkan dan informasi tentang kualitas suatu produk. Jika kualitas layanan transportasi yang diterima konsumen baik, maka konsumen akan semakin sering menggunakan layanan transportasi tersebut kedepannya.

*Perceived Convenience* adalah suatu produk atau layanan dianggap nyaman saat menghemat waktu bagi pengguna (Chang, Yan, & Tseng, 2012). Menurut Yoon dan Kim (2007) mendefinisikan *perceived Convenience* sebagai kenyamanan yang dirasakan sebagai tingkat kenyamanan terhadap waktu, tempat dan eksekusi yang dirasakan saat menggunakan layanan transportasi.

*Perceived Accesibility* adalah kemudahan menjangkau barang, layanan, aktivitas, dan tujuan (Litman, 2019). Jika masyarakat dapat dengan mudah menjangkau barang layanan dan juga aktifitas maka mereka akan semakin sering menggunakan layanan transportasi tersebut.

Dari data diatas dimana dapat ditemukan berbagai keluhan penumpang yang menceritakan berbagai keluhannya saat menggunakan layanan Taksi Express, mulai dari harga Taksi Express yang cenderung mahal, Pengemudi Taksi Express yang ugal-ugalan hingga sulitnya menghubungkan *customer service* Taksi Express untuk menemukan barang yang hilang. Didukung dengan data survey dari 17 responden yang mengatakan alasannya

tidak mau menggunakan layanan Taksi Express kembali. Berdasarkan fenomena dari penelitian diatas, peneliti ingin mengetahui apakah variabel *perceived safety*, *perceived price*, *perceived convenience* dan *perceived accessibility* memiliki pengaruh dengan *customer loyalty* dari PT. Express Transindo Utama (Tbk). Maka dari itu, peneliti membuat pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah *Customer Loyalty* dapat dipengaruhi secara positif oleh *Perceived Safety*?
2. Apakah *Customer Loyalty* dapat dipengaruhi secara positif oleh *Perceived price*?
3. Apakah *Customer Loyalty* dapat dipengaruhi secara positif oleh *perceived convenience*?
4. Apakah *Customer Loyalty* dapat dipengaruhi secara positif oleh *perceived accessibility*?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini dibuat untuk menganalisa penyebab penurunan loyalitas konsumen terhadap PT. Express Transindo Utama sehingga memperoleh tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah *Customer Loyalty* dapat dipengaruhi secara positif oleh *perceived safety*
2. Untuk mengetahui apakah *Customer Loyalty* dapat dipengaruhi secara positif oleh *perceived price*
3. Untuk mengetahui apakah *Customer Loyalty* dapat dipengaruhi secara positif oleh *perceived convenience*
4. Untuk mengetahui apakah *Customer Loyalty* dapat memberikan pengaruh secara positif oleh *perceived accessibility*

### **1.4 Batasan Masalah**

Penelitian ini dilakukan atas dasar yang telah di batasi oleh peneliti dan di fokuskan pada bagian sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2019.

2. Penelitian ini menggunakan responden yang mengetahui adanya taksi *express* dan pernah menggunakan taksi *express* tetapi sekarang tidak pernah menggunakan lagi.
3. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *perceived safety*, *perceived price*, *perceived accessibility*, *perceived convenience* dan *customer loyalty*

### **1.5 Manfaat Penelitian**

1. Manfaat untuk Penulis

Penelitian ini dibuat untuk mengetahui berbagai penyebab yang menyebabkan turunnya loyalitas pelanggan PT. Express Transindo Utama Tbk.

2. Manfaat untuk PT. Express Transindo Utama Tbk

Hasil penelitian yang dibuat diharapkan agar penelitian ini menjadi masukan bagi pihak taksi PT. Express Transindo Utama Tbk untuk meningkatkan berbagai aspek agar loyalitas pelanggan tetap terjaga.

3. Manfaat untuk Masyarakat,

Penelitian ini berguna untuk masyarakat agar mengetahui tentang pilihan transportasi mana yang tepat dan nyaman untuk berpergian.

### **1.6 Sistematika Penulisan Skripsi**

Guna memahami lebih jelas mengenai skripsi ini, dilakukan dengan cara mengelompokkan materi menjadi beberapa sub bab dengan sistematika penulisan berikut ini:

## **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan tentang informasi umum yaitu latar belakang penelitian yang akan menguraikan argumentasi dan justifikasi perlunya masalah ini diteliti, nilai tambah penelitian, masalah penelitian, batasan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.



## **BAB II : LANDASAN TEORI**

Bab ini berisikan teori yang diambil dari beberapa kutipan buku dan e-jurnal mengenai TAM dan kepuasan konsumen dalam menggunakan sebuah produk ataupun jasa. Kemudian bab ini berisikan juga tentang kerangka pemikiran dan hipotesis.

## **BAB III: METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, dimana terdapat juga operasionalisasi variabel dalam penelitian ini. Hal-hal yang dicakup dalam bab ini adalah metode penelitian, populasi dan sampel, operasionalisasi variabel, dan teknik analisis data. Berisi tentang deskripsi objek penelitian, deskripsi populasi dan sampel, metode pengumpulan data, variabel penelitian dan pengukurannya serta metode analisis data serta hasil uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan software SPSS 24.0.

## **BAB IV: ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini akan dipaparkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan dimulai dari tahap analisis, desain, hasil pengujian dan implementasinya, berupa penjelasan teoritik, baik secara kualitatif atau kuantitatif. Penelitian menyajikan hasil analisis secara ringkas dan padat disertai pembahasan mengenai temuan-temuan yang signifikan sewaktu melakukan analisis.

## **BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi simpulan dan saran dimana simpulan merupakan jawaban atas permasalahan penelitian serta tujuan dari penelitian yang dikemukakan dalam penelitian ini. Simpulan yang didapat berhubungan dengan pembuktian hipotesis yang didasarkan pada analisis yang obyektif dan diperkuat dengan bukti-bukti yang telah ditemukan.

Sedangkan saran merupakan gambaran manajerial dari peneliti atas sesuatu yang belum ditempuh dan layak untuk dilaksanakan pada penelitian lanjutan. Saran dicantumkan karena peneliti melihat adanya kemungkinan untuk mengatasi masalah atau kelemahan yang ada, sejauh tidak lepas dari ruang lingkup peneliti.