

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong perubahan besar dalam cara masyarakat memenuhi kebutuhan sehari-hari. Aktivitas yang sebelumnya dilakukan secara langsung mulai bergeser ke layanan berbasis aplikasi, termasuk dalam sektor transportasi. Layanan transportasi *online* menjadi salah satu bentuk inovasi jasa karena dapat menghubungkan konsumen dan pengemudi melalui aplikasi, menampilkan informasi perjalanan, memperkirakan waktu kedatangan, serta memberi pilihan layanan yang lebih praktis dibandingkan transportasi konvensional.

Pertumbuhan transportasi *online* di Indonesia tidak dapat dilepaskan dari meningkatnya penggunaan internet. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2024) melaporkan bahwa pengguna internet Indonesia tahun 2024 mencapai 221.563.479 jiwa dari total populasi 278.696.200 jiwa, dengan tingkat penetrasi sebesar 79,5%. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia semakin terbiasa menggunakan layanan digital, termasuk layanan transportasi berbasis aplikasi (APJII, 2024).

Salah satu platform transportasi online yang berkembang di Indonesia adalah inDrive. Berbeda dengan beberapa aplikasi lain yang menggunakan tarif berbasis algoritma, inDrive memiliki karakteristik sistem penawaran tarif. Melalui sistem ini, penumpang dapat menawarkan tarif perjalanan, sedangkan pengemudi dapat menerima, menolak, atau memberikan penawaran balik. Laman resmi inDrive menjelaskan bahwa pengguna dapat memasukkan titik penjemputan dan tujuan, menentukan tarif perjalanan, kemudian memilih pengemudi berdasarkan estimasi waktu penjemputan dan lokasi pengemudi. Sistem ini memberikan fleksibilitas bagi konsumen, tetapi pada saat yang sama dapat menimbulkan persoalan apabila proses negosiasi tarif, respons pengemudi, atau kepastian layanan tidak berjalan sesuai harapan (inDrive, 2026d).

Secara historis, inDrive lahir dari peristiwa kenaikan tarif taksi di Yakutsk pada malam tahun baru 2012. Masyarakat kemudian menggunakan media sosial untuk saling menawarkan tumpangan dan menyepakati tarif secara langsung. Dari kondisi tersebut, inDrive berkembang sebagai layanan yang menekankan prinsip negosiasi tarif dan pilihan pengguna. Laman resmi perusahaan juga menyatakan bahwa inDrive telah berkembang menjadi layanan yang tidak hanya bergerak pada transportasi dalam kota, tetapi juga layanan antarkota, pengiriman, kargo, dan beberapa layanan lain (inDrive, 2026c).

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Arcamanik Kota Bandung. Kecamatan Arcamanik secara geografis berbatasan dengan Kecamatan Mandalajati di sebelah utara, Kecamatan Rancasari di sebelah selatan, Kecamatan Antapani di sebelah barat, dan Kecamatan Cinambo di sebelah timur. Wilayah ini berada pada ketinggian 714 meter di atas permukaan laut, memiliki luas 6,07 km², serta terdiri atas empat kelurahan, yaitu Cisaranten Kulon, Cisaranten Bina Harapan, Sukamiskin, dan Cisaranten Endah (BPS Kota Bandung, 2024).

Arcamanik relevan dijadikan lokasi penelitian karena memiliki karakteristik wilayah perkotaan dengan kepadatan penduduk dan aktivitas ekonomi yang cukup tinggi. BPS Kota Bandung mencatat jumlah penduduk Kecamatan Arcamanik tahun 2023 mencapai sekitar 82.433 jiwa dengan kepadatan 13,58 ribu jiwa per km². Selain itu, distribusi umur penduduknya didominasi oleh kelompok usia produktif sehingga menunjukkan potensi mobilitas dan aktivitas ekonomi yang kuat (BPS Kota Bandung, 2024).

Dari sisi infrastruktur digital, Kecamatan Arcamanik juga mendukung penggunaan layanan berbasis aplikasi. Publikasi BPS memuat data mengenai komunikasi dan internet telepon seluler pada tingkat kelurahan, termasuk kekuatan sinyal dan jenis jaringan internet telepon seluler. Kondisi ini menunjukkan bahwa penggunaan layanan transportasi *online* di Arcamanik didukung oleh ketersediaan akses jaringan komunikasi yang memadai (BPS Kota Bandung, 2024).

Secara ideal, layanan transportasi *online* harus mampu memberikan pelayanan yang cepat, aman, jelas, dan dapat dipercaya. Pada konteks inDrive, kondisi ideal tersebut tercermin dalam pedoman resmi yang dipublikasikan

perusahaan. inDrive menjelaskan bahwa calon pengemudi perlu mendaftarkan diri melalui mode pengemudi, mengunggah dokumen yang diminta, dan baru dapat menerima permintaan perjalanan setelah dokumen disetujui. Dokumen yang biasanya diperlukan antara lain SIM yang masih berlaku, foto STNK, SKCK dan ketentuan usia minimal sesuai lokasi (inDrive, 2026b).

Kualitas pelayanan merupakan penilaian konsumen atas keunggulan kinerja layanan yang diterimanya. Penelitian ini menggunakan kerangka SERVQUAL/RATER yang mencakup tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy (Zeithaml et al., 2018). Pada layanan inDrive, kelima dimensi tersebut tercermin pada kondisi kendaraan dan informasi di aplikasi, ketepatan waktu, kecepatan respons, keamanan perjalanan, serta perhatian pengemudi. Penelitian ride-hailing menunjukkan bahwa reliability merupakan salah satu penentu utama kualitas layanan, sehingga konsistensi waktu dan pemenuhan janji layanan perlu ditempatkan sebagai perhatian penting (Kumar et al., 2022).

Kepercayaan menunjukkan keyakinan konsumen terhadap kompetensi, niat baik, dan integritas penyedia layanan, serta kesediaan untuk mengandalkannya. Resika et al. (2019) menerapkan dimensi competence, benevolence, integrity, dan willingness to depend pada layanan transportasi berbasis platform. Dalam penelitian ini, objek kepercayaan mencakup ekosistem inDrive yang dialami konsumen melalui aplikasi dan pengemudi mitra. Kepercayaan tercermin pada kemampuan mengemudi, pemahaman rute, niat baik, kesesuaian identitas, kepastian tarif, dan kesediaan konsumen mengandalkan layanan. Kejelasan objek tersebut penting karena perjalanan mempertemukan konsumen dengan pengemudi yang sebelumnya tidak dikenal dan melibatkan ketidakpastian keselamatan serta transaksi.

Kepuasan konsumen merupakan evaluasi pascapenggunaan yang terbentuk ketika konsumen membandingkan kinerja aktual dengan harapannya. Dalam kerangka expectancy disconfirmation, kinerja yang memenuhi atau melampaui harapan menghasilkan konfirmasi atau diskonfirmasi positif dan mendorong kepuasan, sedangkan kinerja di bawah harapan menimbulkan diskonfirmasi negatif

(Hossain, 2019). Sesuai instrumen penelitian, kepuasan dioperasionalkan melalui kesesuaian harapan, minat menggunakan kembali, dan kesediaan merekomendasikan.

Secara teoritis, peningkatan kualitas pelayanan memperbesar kemungkinan kinerja aktual memenuhi harapan konsumen. Bukti fisik yang layak, layanan yang andal, respons yang cepat, jaminan keamanan, dan empati pengemudi membentuk evaluasi pengalaman perjalanan. Shah dan Kubota (2022) menunjukkan bahwa atribut kualitas layanan ride-hailing membentuk kepuasan keseluruhan, yang selanjutnya berkaitan dengan niat melanjutkan penggunaan. Pada konteks Indonesia, Ricardianto et al. (2024) juga menemukan bahwa kualitas layanan ride-hailing berpengaruh positif terhadap kepuasan penumpang.

Kepercayaan mengurangi persepsi risiko dan ketidakpastian dalam interaksi digital maupun perjalanan fisik. Ketika identitas, tarif, rute, kemampuan, dan niat baik penyedia layanan dinilai dapat diandalkan, konsumen lebih mudah membentuk evaluasi positif terhadap pengalaman layanan. Temuan empiris tetap beragam: Darno dan Yosepha (2022) serta Yolanda et al. (2023) menemukan pengaruh signifikan kepercayaan terhadap kepuasan, sedangkan Lestariningsih (2021) dan Sartika dan Murniyati (2025) melaporkan pengaruh parsial yang tidak signifikan pada konteks berbeda.

Kualitas pelayanan dan kepercayaan diperkirakan bekerja secara komplementer. Kualitas pelayanan menyediakan bukti kinerja fungsional, sedangkan kepercayaan memberi kepastian psikologis bahwa ekosistem layanan dapat diandalkan. Apabila keduanya terpenuhi, konsumen lebih mungkin menilai pengalaman sesuai harapan. Namun, minat menggunakan kembali dan rekomendasi diperlakukan sebagai manifestasi pascapenggunaan sesuai operasionalisasi instrumen, bukan sebagai sinonim penuh dari evaluasi kepuasan.

Pedoman keselamatan inDrive juga menjelaskan beberapa ketentuan yang berkaitan langsung dengan kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen. Pengemudi tidak boleh membawa penumpang tambahan, tidak meminta uang tambahan atau tip, memperlakukan penumpang dengan hormat, mengutamakan keselamatan berkendara, tidak menerima pesanan ketika lelah atau tidak sehat,

menjaga kendaraan tetap bersih dan berventilasi baik, serta memperbarui profil apabila terjadi perubahan kendaraan atau tampilan agar penumpang dapat mengenalinya. Di sisi penumpang, inDrive menyarankan pengguna untuk memeriksa profil pengemudi, kesesuaian jenis kendaraan, dan nomor polisi kendaraan pada aplikasi apabila terdapat ketidaksesuaian, penumpang disarankan membatalkan perjalanan dan menghubungi bantuan (inDrive, 2026a).

Dengan demikian, kualitas pelayanan dan kepercayaan menjadi dua aspek yang penting dalam menilai kepuasan konsumen inDrive. Kualitas pelayanan berkaitan dengan ketepatan waktu, kondisi kendaraan, kecepatan respons, rasa aman, dan keramahan pengemudi. Sementara itu, kepercayaan berkaitan dengan keyakinan konsumen terhadap kesesuaian identitas pengemudi, kepastian tarif, kejujuran rute, dan kemampuan pengemudi dalam memberikan layanan yang aman. Apabila kualitas pelayanan dan kepercayaan tidak sesuai harapan, maka kepuasan konsumen dapat menurun dan konsumen berpotensi memilih aplikasi transportasi *online* lain.

Tabel 1 1 Pedoman Resmi inDrive yang Berkaitan dengan Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan

No	Pedoman Resmi inDrive	Isi Pokok Pedoman	Kaitan dengan Penelitian
1	Pendaftaran dan verifikasi driver	Calon pengemudi perlu mengunggah dokumen dan data pribadi; pengemudi dapat menerima pesanan setelah dokumen disetujui.	Kepercayaan, <i>Assurance</i>
2	Dokumen dasar pengemudi	Dokumen yang biasanya diperlukan meliputi SIM yang berlaku, dokumen registrasi kendaraan, dan ketentuan usia minimal.	Kepercayaan, <i>Competence</i>
3	Kesesuaian profil dan kendaraan	Penumpang disarankan memeriksa profil pengemudi, jenis kendaraan, dan nomor polisi sesuai aplikasi.	Kepercayaan, <i>Integrity</i>
4	Larangan meminta biaya tambahan	Pengemudi tidak boleh meminta uang tambahan atau tip di luar kesepakatan.	Kepercayaan, Kepastian Tarif
5	Perilaku dan keselamatan berkendara	Pengemudi harus memperlakukan penumpang dengan hormat dan memprioritaskan keselamatan berkendara.	Kualitas Pelayanan, <i>Assurance</i>

No	Pedoman Resmi inDrive	Isi Pokok Pedoman	Kaitan dengan Penelitian
6	Kebersihan dan kesiapan kendaraan	Pengemudi perlu memastikan kendaraan bersih dan berventilasi baik sebelum perjalanan.	Kualitas Pelayanan, <i>Tangible</i>
7	Pembaruan profil	Pengemudi perlu memperbarui profil ketika berganti kendaraan atau perubahan tampilan agar mudah dikenali penumpang.	Kepercayaan, <i>Integrity</i>

Sumber: Diolah peneliti berdasarkan inDrive (2026a–2026d).

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa permasalahan kualitas pelayanan dan kepercayaan dalam penelitian ini tidak berdiri sendiri, tetapi berkaitan dengan pedoman resmi yang dipublikasikan oleh inDrive. Oleh karena itu, apabila pengguna masih merasakan lambatnya respons pengemudi, ketidaksesuaian identitas, ketidakpastian tarif, atau kurangnya rasa aman, maka kondisi tersebut dapat dipahami sebagai kesenjangan antara kondisi ideal layanan dengan pengalaman aktual konsumen.

Penelitian terdahulu menunjukkan hubungan yang belum sepenuhnya konsisten. Shah dan Kubota (2022) serta Ricardianto et al. (2024) menemukan bahwa kualitas layanan ride-hailing berhubungan positif dengan kepuasan. Alfian dan Gunadi (2021) serta Yolanda et al. (2023) menemukan kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna transportasi online. Sebaliknya, Natasya dan Yudhira (2023) menemukan kedua variabel tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Go-Ride, sedangkan Sartika dan Murniyati (2025) menemukan kualitas pelayanan signifikan tetapi kepercayaan tidak signifikan pada Shopee Express.

Perbedaan arah dan signifikansi temuan tersebut menunjukkan adanya kesenjangan empiris yang perlu diuji kembali pada platform, karakteristik transaksi, dan wilayah yang berbeda.

Kesenjangan kontekstual juga terlihat karena sebagian studi meneliti Gojek, Maxim, e-commerce, atau logistik. Pratiwi (2024) memang meneliti pengguna inDrive di Medan Selayang, tetapi menempatkan electronic satisfaction sebagai variabel intervening menuju electronic loyalty. Penelitian ini secara khusus menguji kualitas pelayanan dan kepercayaan sebagai prediktor langsung kepuasan konsumen inDrive di Kecamatan Arcamanik. Sistem negosiasi tarif inDrive

memperkuat relevansi kepercayaan karena harga, identitas, dan pelaksanaan perjalanan harus konsisten dengan kesepakatan konsumen dan pengemudi.

Berdasarkan observasi awal terhadap pengguna inDrive di Kecamatan Arcamanik Kota Bandung, ditemukan beberapa permasalahan terkait kualitas pelayanan dan kepercayaan. Dari aspek kualitas pelayanan, sebagian pengguna menilai bahwa pengemudi belum selalu merespons pesanan dengan cepat dan tidak selalu datang sesuai estimasi waktu. Dari aspek kepercayaan, sebagian pengguna masih memperhatikan kesesuaian identitas pengemudi, kendaraan, dan kepastian tarif yang telah disepakati. Untuk memperkuat temuan awal tersebut, penulis menyebarkan kuesioner pendahuluan kepada 30 responden pengguna inDrive di Kecamatan Arcamanik

Tabel 1 2 Hasil Pra-Survei Kualitas Pelayanan (SERVQUAL/RATER)

No	Pernyataan	Ya	%	Tidak	%
1	Pengemudi datang sesuai estimasi waktu.	17	56,7%	13	43,3%
2	Kendaraan pengemudi bersih dan nyaman.	18	60,0%	12	40,0%
3	Pengemudi merespons pesanan dengan cepat.	16	53,3%	14	46,7%
4	Konsumen merasa aman selama perjalanan.	18	60,0%	12	40,0%
5	Pengemudi bersikap ramah dan sopan.	20	66,7%	10	33,3%

Sumber: Data pra-survei diolah peneliti (2026).

Berdasarkan Tabel 1.2, hasil pra-survei variabel kualitas pelayanan menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab “Ya” pada setiap pernyataan. Persentase jawaban “Ya” tertinggi terdapat pada pernyataan pengemudi bersikap ramah dan sopan, yaitu 20 responden atau 66,7%. Sementara itu, persentase jawaban “Ya” terendah terdapat pada pernyataan pengemudi merespons pesanan dengan cepat, yaitu 16 responden atau 53,3%.

Hasil ini menunjukkan bahwa sikap pengemudi sudah dinilai cukup baik oleh responden. Namun, kecepatan respons masih perlu diperhatikan karena menjadi indikator dengan persentase persetujuan paling rendah pada variabel kualitas pelayanan.

Tabel 1 3 Hasil Pra-Survei Kepercayaan

No	Pernyataan	Ya	%	Tidak	%
1	Identitas pengemudi sesuai aplikasi.	16	53,3%	14	46,7%
2	Konsumen yakin tidak dirugikan.	18	60,0%	12	40,0%
3	Tarif tidak berubah dari kesepakatan awal.	16	53,3%	14	46,7%

No	Pernyataan	Ya	%	Tidak	%
4	Pengemudi tidak memutar rute perjalanan.	19	63,3%	11	36,7%
5	Pengemudi mampu berkendara dengan baik.	18	60,0%	12	40,0%

Sumber: Data pra-survei diolah peneliti (2026).

Berdasarkan Tabel 1.3, hasil pra-survei variabel kepercayaan menunjukkan bahwa persentase jawaban setuju terendah terdapat pada kesesuaian identitas pengemudi dan kepastian tarif. Masing-masing memperoleh 16 responden atau 53,3%. Hal ini menunjukkan bahwa kedua aspek tersebut masih perlu diperhatikan karena berkaitan dengan integritas layanan.

Persentase jawaban setuju tertinggi terdapat pada pernyataan pengemudi tidak memutar rute perjalanan, yaitu 19 responden atau 63,3%. Temuan ini menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen terhadap rute perjalanan sudah cukup baik, tetapi kesesuaian identitas dan kepastian tarif masih perlu diperkuat.

Tabel 1 4 Hasil Pra-Survei Kepuasan Konsumen

No.	Pernyataan	Setuju	%	Tidak	%
1	Layanan sesuai dengan harapan konsumen.	16	53,3%	14	46,7%
2	Konsumen merasa puas setelah menggunakan inDrive.	15	50,0%	15	50,0%
3	Konsumen berminat menggunakan inDrive kembali.	18	60,0%	12	40,0%
4	Konsumen bersedia merekomendasikan inDrive.	16	53,3%	14	46,7%
5	inDrive menjadi pilihan utama konsumen.	15	50,0%	15	50,0%

Sumber: Data pra-survei diolah peneliti (2026).

Berdasarkan Tabel 1.4, hasil pra-survei variabel kepuasan konsumen menunjukkan bahwa persentase jawaban setuju terendah terdapat pada perasaan puas dan pilihan utama, yaitu masing-masing 15 responden atau 50,0%. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen terhadap layanan inDrive belum sepenuhnya optimal.

Persentase jawaban setuju tertinggi terdapat pada minat menggunakan kembali layanan inDrive, yaitu 18 responden atau 60,0%. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian konsumen masih berminat menggunakan inDrive kembali, tetapi layanan tersebut belum sepenuhnya menjadi pilihan utama.

Berdasarkan uraian tersebut, fenomena penelitian terletak pada kesenjangan antara pedoman ideal layanan dengan pengalaman awal sebagian konsumen. Pra-survei menunjukkan persetujuan pada setiap butir baru berada pada kisaran 50,0% sampai 66,7%, sehingga masih terdapat ruang perbaikan pada kecepatan respons,

kesesuaian identitas, kepastian tarif, dan kepuasan. Pra-survei berfungsi sebagai pemetaan masalah awal dan tidak dimaksudkan mewakili populasi. Oleh karena itu, penelitian berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen inDrive di Kecamatan Arcamanik Kota Bandung” perlu dilakukan.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, terdapat beberapa fenomena yang menunjukkan permasalahan pada layanan inDrive di Kecamatan Arcamanik, Kota Bandung. Dari aspek kepercayaan, sebagian konsumen masih meragukan kesesuaian identitas pengemudi dan kepastian tarif. Dari aspek kepuasan, indikator perasaan puas memperoleh nilai terendah. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kepuasan konsumen masih perlu ditingkatkan. Permasalahan yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sebagian pengguna mengeluhkan bahwa kedatangan pengemudi inDrive tidak sesuai dengan estimasi waktu yang ditampilkan pada aplikasi.
2. Respons pengemudi inDrive dalam menanggapi pesanan maupun pertanyaan konsumen masih dinilai kurang cepat.
3. Sebagian pengguna menilai bahwa kondisi kendaraan pengemudi inDrive belum sepenuhnya bersih dan nyaman untuk digunakan.
4. Masih ditemukan ketidaksesuaian identitas pengemudi antara informasi yang tercantum pada aplikasi dengan kondisi di lapangan, seperti perbedaan nama, foto pengemudi, atau nomor plat kendaraan.
5. Sebagian konsumen masih meragukan jaminan keselamatan yang diberikan oleh pihak inDrive selama menggunakan layanan.
6. Sistem tawar-menawar tarif pada aplikasi inDrive belum sepenuhnya memberikan kepastian bagi konsumen karena proses negosiasi dapat memerlukan waktu yang cukup lama.
7. Sebagian pengguna merasa bahwa pengemudi inDrive kurang menunjukkan empati terhadap kenyamanan konsumen selama perjalanan.

8. Pengemudi inDrive terkadang melakukan pembatalan pesanan secara mendadak setelah konsumen menunggu dalam waktu tertentu.
9. inDrive belum menjadi pilihan utama bagi sebagian pengguna dalam menggunakan layanan transportasi *online*.
10. Sebagian pengguna belum bersedia merekomendasikan layanan inDrive kepada orang lain karena pengalaman penggunaan yang belum sepenuhnya memuaskan.

1.3 Batasan Masalah

Mempertimbangkan keterbatasan waktu, biaya, dan kemampuan peneliti, serta agar penelitian ini lebih fokus dan mendalam, maka batasan masalah yang ditetapkan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan pada pengguna layanan inDrive yang berdomisili di Kecamatan Arcamanik, Kota Bandung.
2. Variabel kualitas pelayanan dibatasi pada dimensi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*.
3. Variabel kepercayaan dibatasi pada dimensi *competence*, *benevolence*, *integrity*, dan *willingness to depend*.
4. Variabel kepuasan konsumen dibatasi pada kesesuaian harapan, minat menggunakan kembali, dan kesediaan merekomendasikan layanan inDrive.
5. Responden penelitian merupakan pengguna yang berusia minimal 17 tahun dan pernah menggunakan layanan inDrive minimal dua kali dalam tiga bulan terakhir.
6. Penelitian tidak membahas variabel lain di luar kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kepuasan konsumen, seperti promosi, citra merek, loyalitas pelanggan, dan keputusan penggunaan.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah yang telah diuraikan, serta agar penelitian ini terarah pada tujuan yang ingin dicapai, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran kualitas pelayanan konsumen inDrive di Kecamatan Arcamanik, Kota Bandung?

2. Bagaimana gambaran kepercayaan konsumen inDrive di Kecamatan Arcamanik Kota Bandung?
3. Bagaimana gambaran kepuasan konsumen inDrive di Kecamatan Arcamanik Kota Bandung?
4. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen inDrive di Kecamatan Arcamanik, Kota Bandung?
5. Seberapa besar pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan konsumen inDrive di Kecamatan Arcamanik, Kota Bandung?
6. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan secara simultan terhadap kepuasan konsumen inDrive di Kecamatan Arcamanik, Kota Bandung?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan, serta agar penelitian ini terarah pada hasil yang diinginkan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui gambaran kualitas pelayanan konsumen inDrive di Kecamatan Arcamanik Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui gambaran kepercayaan konsumen inDrive di Kecamatan Arcamanik Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui gambaran kepuasan konsumen inDrive di Kecamatan Arcamanik Kota Bandung.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen inDrive di Kecamatan Arcamanik Kota Bandung.
5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan konsumen inDrive di Kecamatan Arcamanik Kota Bandung.
6. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan secara simultan terhadap kepuasan konsumen inDrive di Kecamatan Arcamanik Kota Bandung.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis. Secara lebih rinci, manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.6.1. Manfaat Teoritis

Secara teori, penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan dalam bidang manajemen pemasaran jasa, khususnya dalam memahami hubungan antara kualitas layanan, kepercayaan, dan kepuasan pelanggan pada layanan transportasi *online* berbasis sistem tawar-menawar seperti inDrive. Selain itu, hasil penelitian ini juga berpotensi menjadi referensi bagi peneliti lain yang tertarik pada topik serupa, meskipun mereka menggunakan variabel atau lokasi penelitian yang berbeda.

1.6.2. Manfaat Praktis

1. Bagi Perusahaan (inDrive)

Hasil penelitian ini diharapkan membantu manajemen inDrive memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan di Kecamatan Arcamanik, termasuk kesesuaian identitas pengemudi, kejujuran rute, ketepatan waktu, dan kecepatan respons. Temuan penelitian dapat menjadi dasar evaluasi dan penyusunan langkah perbaikan yang lebih tepat sasaran.

2. Bagi peneliti

Bagi penulis, penelitian ini menjadi sarana penerapan pengetahuan yang diperoleh selama perkuliahan, terutama dalam bidang manajemen pemasaran dan perilaku konsumen. Proses penelitian memberikan pengalaman langsung dalam pengumpulan data, pengolahan data, dan penarikan kesimpulan sehingga meningkatkan kemampuan penulis dalam menghasilkan karya ilmiah. Penelitian ini juga menjadi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sali Al-Aitaam, Bandung.

3. Bagi akademis

Dari sisi akademis, penelitian ini diharapkan menjadi referensi tambahan bagi mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Universitas Sali Al-Aitaam, Bandung. Hasil penelitian dapat digunakan sebagai pembanding atau acuan bagi penelitian sejenis dengan pengembangan variabel, objek, atau lokasi yang berbeda. Penelitian ini juga diharapkan memperkaya koleksi pustaka kampus bagi sivitas akademika yang memerlukan informasi mengenai kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kepuasan konsumen pada layanan berbasis aplikasi.

