

الباب الأول

مقدمه

الفصل الأول : خلفية البحث

كان تطوّر التكنولوجيا ووسائل المواصلات لها تأثيرا في تغيير النظر والسلوك البشر في الطعم والذوق. وهذا الحال ظهر في تغيرات المجتمع في الإنتاج والتوزيع والاستهلاك كل شيء. تطوّر التكنولوجيا تساعد على تغيير في التطورات الصناعية الرقمية. هذه الصناعة الرقمية تتطوّر بسرعة التطوير بوجود الإنترنت. سهولة استخدام الخدمة لشغولة هم ترقى أنشطتهم اليومية. واستخدام التكنولوجيا ليس في مجال الاتصال فقط ولكن التكنولوجيا تستخدم في مجالات التعليم، والاقتصاد، والزراعة، والأمن، والنقل، وغيرها.¹

يعتبر أنّ المواصلات من المتطلبات الهامة للمجتمع كدعم وترقية فعالية التنقل من مكان إلى آخر. هذا يؤدي إلى تطوير المركبات العامة لتكون أكثر سرعة ومتنوعة من أجل تلبية واطمأن احتياجات المجتمع. لتلبية واطمأن الحاجة لخدمات هذا الوسائل المواصلات، هناك مزودي خدمات يقدمون خدمات جيدة ومبتكرة. الابتكار ليس مجرد عملية وخلق شيء جديد ولكنه أيضا منتج أوفعية نتيجة. بالنسبة للأعمال التجارية المنتجة للخدمة، فإن النتيجة هي ليست الإخراج، ولكن تعديل الخدمة الحالية.² بحيث تصنع شركات خدمات وسائل المواصلات ابتكارات تجعل من السهلة على الجمهور وتقصير

¹ Danu Aris Setiyanto, *Sebuah Catatan Sosial tentang Ilmu, Islam dan Indonesia*, (Yogyakarta: Deepublish. 2016). p.150.

² Tjiptono F. & Chandra G, *Service, Quality & Satisfaction*, Edisi ke 3, (Yogyakarta: Andi Publisher. 2011).

وقت السفر.

يعد تقديم أفضل الخدمات للمستهلكين معيارًا لنجاح الشركة. الشركات التي تسوّق منتجاتها أو خدماتها بنجاح للمستهلكين, تحصل علامة تجارية الجيدة في أعين العملاء. تشمل الخدمة المعنية عند تقديم منتجات أو الخدمات للمخاطر التي تحدث عند تقديم الخدمات والخدمات الأخرى.^٣

هذا تؤثّر في تطوير المركبات العامة في يوجياكارتا لتكون أكثر سرعة ومتنوعة من أجل تلبية احتياجات المجتمع. وهذا يجعل ظروف الطريق في المنطقة أكثر كثافة بحيث تتأثر المركبات العامة مثل الحافلات، والحافلات الصغيرة أو وسائل المواصلات المدينة من الازدحام ولا يمكن أن تصل في الوقت المحدد. وبسبب هذا الوضع، انتهز بعض الأشخاص الذين يملكون مركبات ذات عجلتين، الفرصة لتقديم خدمات وسائل المواصلات تُعرف عمومًا باسم درّاجة النارية بالأجرة أو Go Jek. عند النظر إلى هذه الفرصة، حاولت بعض الأطراف استخدامها من خلال توفير خدمات على الإنترنت. حاليًا أكثر من وسائل المواصلات على الإنترنت العاملة في يوجياكارتا كما هو موضح في الجدول التالي:

³ Sofjan Assauri, *Manajemenn Pemasaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015), p. 214.

الجدول ١,١

علامة المواصلات يوكياكرتا

رقم	علامة المواصلات يوكياكرتا
١	Go-Jek/ Go-Ride
٢	Grab Bike
٣	Uber
٤	Blue-Jek

المصدر : Kurnia 2015

يعتبر وجود هذه الخدمات فعالاً، فضلاً عن كونه حلاً للأشخاص الذين يعيشون في المدن الكبرى في إندونيسيا، لا سيما في مواجهة الازدحام المروري. بدلا من الانتظار طويلا في وسائل النقل العام الأخرى.^٤ هذا الجدل المنافسة، خصوصا من جانب العربة السيارات (bentor) الذين يأخذون العمل *swipping* على سيارة أجرة دراجة نارية وسائق سيارة أجرة على الانترنت.^٥ شعر حزب (bentor) أنهم فقدوا زبائنهم بعد وجود Go Jek في مدينة يوكياكرتا، حتى أنهم قاموا بهذه الأعمال والأفعال الفوضوية. هناك هذه المنافسة تواصل شريكة غوجيك (Go jek) إندونيسيا تقديم الخدمات التي ترضي العملاء. بحيث يمكن للعملاء الاستمتاع بسرور ويشعرون بالرضا ويظهر ولاء العملاء شريكة غوجيك.

ولكن لا يزال Go Jek يحصل على الكثير من الشكاوى من العملاء، ويتم توجيه الكثير من الشكاوى على دراجة نارية على الإنترنت (TribunStyle).

⁴ Go-Jek Indonesia, Apa Itu Go-Jek dalam <http://www.Go-Jek.com/>, diakses pada 26 Juni 2016.

⁵ (Yogyakarta. kompas.com 23/02/2017)

(com). من عدد من الشكاوي عن Go Jek توضح العملاء يشكون من أشياء مثل فشل الخادم، وأحياناً التحميل أو الخطأ، لا تتطابق الطلبات، وتصل الطلبات الطويلة، والعملاء الذين عليهم الانتظار لفترة طويل، والشحنات التي لا تطابق التقديرات وما إلى ذلك. من حيث السائقين، كان هناك بعض حالات عدم التوافق مع النظام الذي يحدده PT. Go Jek. هذا الاختلاف ليس من غير المؤلفين بين الأشخاص الذين يستخدمون الخدمة هذه عبر الإنترنت. وقد تم العثور على الإكراه في منح القيم ورفض يهدف إلى مجتمع مستخدمي PT. Go Jek في عملية الإلغاء.

تحديد المشاكل من هذا البحث هو المنافسة في عالم خدمات النقل التجارية أصبح أكثر حكماً. بحيث يجب على شركة Go Jek تقديم خدمة ذات جودة عالية للمستهلكين. لأن جودة الخدمة يمكن أن تؤثر على رضا العملاء وبقاء العلامة التجارية. وبناءً على الوصف أعلاه، كان الباحثة مهتماً بإجراء بحث بعنوان «تأثير جودة الترويج وخدمة Go Jek بولاء علامة التجارة (تحليل الشريعة الإسلامية للمستخدمين وسائل المواصلات عبر شبكة إنترنت Go Jek يوكياكرتا ٢٠١٨-٢٠١٩)».

الفصل الثاني : تحديد المسألة

خلال النظر إلى الأشياء المتعلقة بالخلفية المذكورة أعلاه، تريد الباحثة أن تعرف الأشياء التي فيما يتعلق بالخدمات التي تقدمها شركة Go Jek لعملائها أو شريكة غوجيك. يجب أن تكون سمات الجودة للخدمات التي يعتبرها العملاء في استخدام خدمات Go Jek مفهومة بشكل جيد. من نتائج

البحث الأدب لم تجد هذا البحث مقالة منشورة عن مدى رضا خدمات Go Jek، خاصة في يوكياكرتا. بهذا الحال أرادت المؤلة تحدد المسألة فيما يلي :

١. هل يؤثر نظام Go Jek للخدمات والترويج على ولاء لعلامة التجارة؟
٢. هل نظام الخدمة و الترويج Go Jek مطابقا بالشريعة الإسلامية؟

الفصل الثالث : أهداف البحث

بناء على صياغة المشاكل المذكورة أعلاه فيما يتعلق بأهداف البحث

وهو:

١. تحليل واختبار تأثير الخدمة و الترويج لها تأثير كبير على ولاء العلامة التجارية.

٢. تحليل واختبار تأثير نظام الخدمة و الترويج Go Jek على أساس الشريعة الإسلامية.

بناء على نتائج هذا البحث, ومن المتوقع الحصول على معلومات يمكن أن تكون مفيدة، من بين أمور أخرى:

١. بالنسبة الباحثة

لاختبار فهم الباحثة للمواد التي تم الحصول عليها خلال ساعات

المحاضرة.

٢. للأكاديميين

لإضافة المراجع المتعلقة Go Jek ويمكن لنتائج البحوث المنتجة

تكون رؤية إضافية في الأدب للراغبين في تعميق المعرفة في هذا المجال.

٣. للشركات

أ. اعتبار الشركة في تقديم وصيانة جودة الخدمة والترويج لها في الحفاظ على رضا العملاء والوصول إلى الولاء.

ب. كما يتم استخدام مدخلات أو مواد مقارنة لشركة Go Jek كمدخل أو نصيحة لتحسين جودة الخدمة بناء على الأدلة المادية والموثوقية والاستجابة والتأكيد والتعاطف الذي يمكن توجيهه نحو رضا العملاء.

٤. بالنسبة لمستخدمين Go Jek.

أ. لتقديم المعلومات المتعلقة Go Jek على أساس مراجعة القانون الإسلامي على وجود هذه الخدمات التي يمكن أن تكون مرجعا إضافيا لمستخدمي الخدمات عبر الإنترنت.

ب. كعمل لإضافة نظرة ثاقبة إلى المعرفة التي يمكن أن تزيد من تفكير القراء، لا سيما فيما يتعلق بجودة الخدمة لرضا العملاء في عالم الأعمال الخدمية ويمكن أن تكون مادة للتعلم وتطبيق العلم لا سيما في مجال خدمة الأعمال.