

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Diera saat ini, sarana transportasi darat semakin diminati oleh masyarakat khususnya armada bus. Transportasi merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Terdapat hubungan erat antara transportasi dengan lokasi kegiatan manusia, barang-barang dan jasa. Transportasi memiliki peranan signifikan dalam aspek-aspek sosial, ekonomi, lingkungan, politik dan pertahanan keamanan. Oleh karena itu, pengembangan transportasi sangat penting artinya dalam menunjang dan menggerakkan dinamika pembangunan, karena transportasi berfungsi sebagai katalisator dalam mendukung pertumbuhan ekonomi dan pengembangan wilayah.

Perkembangan industri jasa transportasi saat ini memegang peranan penting dan berkembang pesat dalam hal distribusi (pengangkutan atau pengiriman) baik distribusi barang maupun jasa yang ditujukan kepada konsumen disuatu negara. Jasa transportasi yang diberikan oleh perusahaan mempunyai keunggulan yang ditawarkan kepada konsumen. Strategi pemasaran menjadi hal penting yang harus dilakukan perusahaan untuk mewujudkan tingkat kepuasan konsumen yang maksimal selain itu juga untuk mempertahankan konsumen agar tidak berpindah keperusahaan jasa transportasi lain.

Banyaknya perusahaan yang bergerak dalam bisnis jasa transportasi angkutan khususnya bus yang beroperasi di Indonesia memiliki tiga jenis tipe transportasi yang didasarkan pada daerah wilayah yang dilaluinya, yaitu : antar

kota dalam provinsi (AKDP), antar kota antar provinsi (AKAP) & pariwisata tentunya akan menimbulkan konsekuensi pada tajamnya persaingan dalam mendapatkan pelanggan dan mempertahankan kepuasan pelanggan. Salah satunya hal ini dipengaruhi oleh adanya perang tarif dengan penyedia jasa transportasi bus yang lain, yang menyebabkan konsumen banyak beralih karena pertimbangan hal tersebut.

Gejolak lingkungan bisnis tersebut dan adanya pergeseran tuntutan pelanggan, menuntut manajemen perusahaan untuk mampu beradaptasi terhadap perubahan tersebut. Tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan merasa puas. Terciptanya pelanggan dapat memberikan manfaat, di antaranya hubungan antara perusahaan dan konsumennya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang, dan terciptanya kepuasan pelanggan, dan rekomendasi dari mulut kemulut yang menguntungkan bagi perusahaan otobus (PO). Seperti konsumen dengan tingkat kemakmuran yang lebih baik, kini membutuhkan alat transportasi yang tidak hanya sekedar memenuhi kebutuhannya untuk sampai ketempat tujuan, tetapi lebih jauh dari itu mereka juga membutuhkan kenyamanan selama perjalanan. Artinya mereka membutuhkan suasana kendaraan yang benar-benar kondusif, pelayanan yang sopan dan ramah, sehingga dapat menikmati perjalanan yang menyenangkan.

Kualitas layanan merupakan penilaian yang subjektif, jadi dapat tergantung dengan kondisi konsumen. Kondisi konsumen yang berbeda akan menuntut tingkat kualitas produk barang maupun jasa yang berbeda, meningkatnya status ekonomi konsumen seringkali tuntutan kualitas menjadi

lebih tinggi, Aslamia Rosa, dkk. (2017). Kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas layanan yang baik menandakan bahwa perusahaan sudah menciptakan pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen, (Gesti Nopelia Anjarsari & Handoyo Djoko Waluyo, 2017).

Dalam meningkatkan kepuasan konsumen, harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi hal tersebut. Disini harga didefinisikan sebagai nilai yang ditetapkan oleh perusahaan yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Perusahaan jasa pada dasarnya dalam memasarkan produk dapat strategi menggunakan strategi pemasaran jasa (*service marketing mix*), (Kotler, 2011:89).

Faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah fasilitas. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas merupakan sarana maupun prasarana yang penting dalam usaha meningkatkan kepuasan seperti memberi kemudahan, memenuhi kebutuhan dan kenyamanan bagi pengguna jasa, apabila fasilitas yang disediakan sesuai dengan kebutuhan, maka konsumen akan merasa puas, Aprilia Rintang Rositawati, dkk. (2016).

Selain fasilitas, yang perlu diperhatikan dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen adalah kepercayaan. Kepercayaan konsumen dapat terwujud apabila perusahaan bisa memberikan citra merek dan penanganan komplain yang baik kepada konsumennya. Kepercayaan merupakan sebuah persepsi dari

konsumen. Meninjau faktor yang saat ini telah mengarah pada kepentingan konsumen. Bila ditinjau dari perspektif jasa, maka elemen pentingnya adalah manusia. Elemen ini memberikan perbedaan yang signifikan antara bidang jasa dan bidang manufaktur, karena itu elemen kunci pada pemasaran jasa adalah pada interaksi anatar karyawan dengan konsumen, Kenny Febrina Salim dan Catherine, (2017)

Dalam penelitian ini akan dianalisa mengenai pengaruh kualitas layanan, harga, fasilitas dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen pada PO. Subur Jaya Rembang. Yosi Pratama, (2016) menemukan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi bus. Hasil ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Robby Dharma, (2018) menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan jasa transportasi bus.

Temuan dari Dewa Ayu Putu Aprilia Meranggena Putri, (2016) menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada penumpang kereta api. Hal ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad In'amul Chulaifi dan Endang Setyowati, (2018) yang menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh antara harga terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi bus.

Aprilia Rintang Rositawati, dkk. (2016) menemukan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan fasilitas terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan jasa transportasi bus. Penelitian ini berbeda dengan Warnadi, (2019) yang

menyatakan bahwa fasilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi bus.

Temuan Kenny Febrina Salim dan Catherine, (2017) menyatakan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa travel. Hal ini berbeda dengan penelitian Robby Dahрма (2018) yang menemukan bahwa kepercayaan tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Sebagai perusahaan yang bergerak dibidang pelayanan jasa PO. Subur Jaya Rembang mengutamakan kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen dan menjadikan keempat variabel (kualitas pelayanan, harga, fasilitas dan kepercayaan) sebagai faktor pembentuk terjadinya kepuasan konsumen mempunyai peran strategi dalam dunia pemasaran. Lingkungan dapat mengakibatkan pergeseran pola perilaku konsumen yang juga dapat mengubah kepuasan pelanggan yang diciptakan melalui kualitas pelayanan, harga, fasilitas dan kepercayaan yang disediakan oleh perusahaan.

Berikut adalah data perkembangan naik turunnya penumpang atau pelanggan bus PO Subur Jaya Rembang yang tersaji dalam 5 tahun terakhir.

Tabel 1.1.
Data Volume Penumpang Bus PO. Subur Jaya Rembang
Tahun 2015-2019

NO	TAHUN	JUMLAH PENUMPANG	PRESENTASE (%)
1.	2015	287.744	1,59
2.	2016	309.582	2,19
3.	2017	300.227	2,06
4.	2018	416.516	3,42
5.	2019	393.219	2,65

Sumber : PO. Subur Jaya Rembang 2020

Tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah penumpang pengguna jasa transportasi bus PO. Subur Jaya Rembang dari tahun 2015-2019 mengalami naik-turun. Dapat dilihat pada tahun 2015 jumlah penumpang mencapai 287.744 yang memilih menggunakan jasa PO. Subur Jaya Rembang. Bisa dikatakan tahun 2015 adalah jumlah terendah dari tahun tahun berikutnya. Kemudian tahun 2016 jumlah penumpang mengalami kenaikan yaitu 309.582 penumpang. Hal ini dikarenakan mulai adanya tingkat kepercayaan dari penumpang untuk menggunakan jasa PO. Subur Jaya Rembang. Namun ditahun berikutnya mengalami penurunan walaupun tidak drastis. Jumlah penumpang di tahun 2017 sebanyak 300.227 penumpang. Hal ini menjadi pertahanan PO. Subur Jaya Rembang untuk leih meningkatkan kepuasan pelanggan yang menggunakan jasanya. Tahun 2018 menjadi tahun tertinggi dari data yang diambil peneliti selama 5 (lima) tahun terakhir yakni

memiliki jumlah 416.516 penumpang dalam satu tahun. Hal ini terjadi karena tahun 2018 PO. Subur Jaya Rembang meremajakan armada-armada yang dimilikinya yang menjadi minat dan ketertarikan konsumen untuk menggunakan sekaligus mencoba fitur-fitur terbaru yang dimiliki oleh PO. Subur Jaya Rembang. Tahun selanjutnya yaitu 2019 PO. Subur Jaya mengalami penurunan kembali dan memiliki jumlah total penumpang dalam satu tahun sebanyak 393.219 orang. Hal ini disebabkan tahun 2019 menjadi tahun persaingan PO. Subur Jaya Rembang dengan perusahaan bus baru lainnya yang memiliki fitur dan fasilitas lebih lengkap. Hal ini menjadi daya tarik tersendiri bagi penulis untuk melakukan penelitian lebih lanjut agar menjadi solusi yang terbaik yaitu keuntungan untuk perusahaan, konsumen, dan penulis.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk mengadakan suatu penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Fasilitas dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen “PO. Subur Jaya di Wilayah Kabupaten Kudus)”**.

1.2. Ruang Lingkup

Adapun ruang lingkup penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1.2.1. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas layanan, harga, fasilitas, dan kepercayaan.
- 1.2.2. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen.
- 1.2.3. Obyek penelitian dilakukan pada konsumen PO. Subur Jaya Rembang di wilayah Kabupaten Kudus.

1.3. Perumusan Masalah

Berikut beberapa permasalahan yang menjadi ketertarikan penulis untuk melanjutkan penelitian tentang pengaruh kualitas layanan, harga, fasilitas dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen (studi pada jasa transportasi “PO. Subur Jaya Rembang”).

1.3.1. Permasalahan untuk variabel kualitas layanan pada PO. Subur Jaya Rembang yaitu masih kurangnya kualitas pelayanan karyawan/crew dalam melakukan pelayanan yang terbaik. Hal ini menjadi pertimbangan konsumen untuk menggunakan jasa otobus tersebut.

1.3.2. Permasalahan untuk variabel harga pada PO. Subur Jaya Rembang yaitu pertimbangan harga yang berkali-kali dilakukan oleh konsumen dari PO. Subur Jaya Rembang dengan perusahaan bus lain yang menjadikan konsumen lebih memilih harga yang lebih bersaing.

1.3.3. Permasalahan untuk variabel fasilitas pada PO. Subur Jaya Rembang yaitu fasilitas yang masih belum terlengkapi seperti perusahaan-perusahaan bus lain. Hal ini menjadi pertimbangan konsumen untuk memilih jasa bus yang memiliki fasilitas lengkap dengan harga yang terjangkau.

1.3.4. Permasalahan untuk variabel kepercayaan pada PO. Subur Jaya Rembang yaitu masih rendahnya kepercayaan konsumen untuk

menggunakan jasa PO. Subur Jaya Rembang untuk keperluan perjalanannya.

- 1.3.5. Permasalahan untuk variabel kepuasan konsumen pada PO. Subur Jaya Rembang yaitu dilihat dari kriteria variabel-variabel yang dijelaskan diatas menjadikan konsumen merasa kebutuhannya belum sepenuhnya puas dalam menggunakan jasa PO. Subur Jaya Rembang.

Dari uraian rumusan masalah diatas, peneliti mengajukan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- 1.3.5.1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada jasa transportasi PO. Subur Jaya Rembang?
- 1.3.5.2. Apakah harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada jasa transportasi PO. Subur Jaya Rembang?
- 1.3.5.3. Apakah fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada jasa transportasi PO. Subur Jaya Rembang?
- 1.3.5.4. Apakah kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada jasa transportasi PO. Subur Jaya Rembang?
- 1.3.5.5. Apakah kualitas pelayanan, harga, fasilitas dan kepercayaan berpengaruh secara berganda terhadap kepuasan konsumen pada jasa transportasi PO. Subur Jaya Rembang?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1.4.1. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada jasa transportasi PO. Subur Jaya Rembang.
- 1.4.2. Menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada jasa transportasi PO. Subur Jaya Rembang.
- 1.4.3. Menganalisis pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada jasa transportasi PO. Subur Jaya Rembang.
- 1.4.4. Menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan konsumen pada jasa transportasi PO. Subur Jaya Rembang.
- 1.4.5. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, harga, fasilitas dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen pada jasa transportasi PO. Subur Jaya Rembang secara berganda.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan tentang berbagai macam hal kepuasan konsumen demi berkembangnya usaha jasa transportasi PO. Subur Jaya Rembang.

1.5.2. Manfaat Praktisi

Untuk memberikan manfaat dalam memperluas pemikiran tentang gambaran penulisan skripsi mengenai kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi bus PO. Subur Jaya Rembang.

