

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Seiring berkembangnya jaman, transportasi di Indonesia semakin diperlukan bagi semua kalangan. Keberadaan sebuah sarana transportasi dalam kehidupan manusia menjadi cukup signifikan karena sebagai penunjang kelancaran kehidupan. Transportasi sangat dibutuhkan dalam kehidupan seseorang untuk menjalankan serangkaian aktifitas ketika melakukan perjalanan jarak dekat maupun jarak jauh. Hal tersebut terlihat dari berbagai perkembangan industri jasa dalam sektor transportasi yang terdiri dari maskapai penerbangan, kapal laut, kereta api, armada bus, serta jasa transportasi darat lainnya yang ada di Indonesia. Jasa transportasi sektor darat memiliki jumlah pelanggan tertinggi dibanding transportasi udara dan laut (dephub.go.id, 2021) Di dalam aspek perekonomian, transportasi memiliki pengaruh yang sangat besar. Semakin berkembangnya perekonomian menuju arah globalisasi menuntut sebagian masyarakat melakukan mobilitas yang sangat tinggi, sehingga masyarakat akan semakin jeli menentukan pilihannya. Banyak perusahaan transportasi yang menawarkan dan berusaha merebut minat pelanggan untuk menggunakan produk jasa dan atau jasa yang ditawarkan dari sebuah perusahaan transportasi. Kepuasan pelanggan konsumen akan tercapai apabila kualitas produk jasa atau jasa yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan keinginan pelanggan. Hal ini disebabkan kualitas jasa sangat tergantung dari siapa dan bagaimana jasa itu diberikan.

Untuk menciptakan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, perusahaan harus menciptakan dan mengelola suatu system untuk memperoleh pelanggan yang lebih banyak dan kemampuan untuk mempertahankan pelanggannya. Kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan menjadi penting karena pada dasarnya perusahaan akan selalu berhadapan dengan dua macam pelanggan yaitu pelanggan baru dan pelanggan lama. Oleh karena itu, mempertahankan pelanggan adalah lebih penting dari pada menarik pelanggan baru. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa transportasi, diantaranya adalah kualitas pelayanan dan persepsi atas harga. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menemukan bukti empiris pengaruh kualitas layanan, persepsi atas harga terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

Parasuraman dkk dalam Lupiyoadi dan Hamdani (2016:182) dimensi kualitas layanan yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Dalam jurnal Pramana dan Rastini (2016) indikator kualitas layanan adalah *tangible* yang meliputi kondisi fisik, seperti desain interior, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan tunggu, kelengkapan peralatan dan penampilan karyawan. *Reliability* yang meliputi ketepatan memberikan layanan jasa dan menyediakan produk jasa/jasa yang handal. *Responsiveness* merupakan kecakapan petugas dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi, dan penanganan. *Assurance* meliputi upaya membangun kepercayaan dan keyakinan melalui kemampuan, intelektual, dan tingkah laku petugas. *Empathy* yang meliputi kemampuan petugas dalam memberikan sikap

peduli dan perhatian kepada pelanggan. Untuk itu indikator layanan PO Haryanto Kudus setidaknya berkaitan dengan kondisi kendaraan, ketersediaan fasilitas supir yang handal dalam menyetir, petgas cepat dalam memberikan informasi halte terdekat petugas yang ramah dalam memberikan layanan dan memecahkan masalah dari penumpang, jaminan keamanan batas kecepatan bus, ketegasan petugas dalam menempatkan penumpang sesuai dengan kategorinya, jadwal kedatangan yang dapat diakses melalui smartphone berbasis android, dan kenyamanan dari penumpang, dan kehasil tanggapan dalam memberikan pelayanan di bus.

Irawan (2017:38) ada lima faktor pendorong kepuasan pelanggan diantaranya yaitu kualitas produk jasa, harga, kualitas layanan, emotional, dan kemudahan. Pelanggan cenderung puas jika mereka efektif dan efisien untuk mendapatkan produk jasa tersebut. Kepuasan pelanggan (*satisfaction*) merupakan evaluasi kesesuaian antara harapan pelanggan dengan apa yang diterima dan (Tjiptono, 2018:301)

Fenomena lapangan kepuasan pelanggan pada bus PO Haryanto Kudus perusahaan kurang optimal dalam meningkatkan kualitas layanan. Sebagian besar pelanggan berpendapat bahwa bus pariwisata PO Haryanto Kudus memiliki fasilitas yang kurang lengkap dan kurangnya pelayanan yang diberikan karyawan bus pariwisata. Perlunya menjalin kedekatan dengan pelanggan serta menjalin hubungan jangka panjang yang baik dengan pelanggan perlu dilakukan oleh bus pariwisata PO Haryanto Kudus agar kepuasan pelanggan dapat dipertahankan.

PO Haryanto Kudus menyediakan layanan jasa yang beroperasi setiap harinya sekitar 6 kali. Jasa ini diharapkan mampu memberikan kenyamanan dan efisiensi waktu tempuh yang lebih singkat, terutama bagi calon konsumen pengguna jasa angkutan darat yang tinggal di kota seperti Kudus. Namun dalam penyampaian jasa bus eksekutif PO Haryanto Kudus berkenaan dengan kepuasan pelanggan konsumen. Jumlah konsumen selama kurun waktu satu tahun terakhir dari tahun 2019-2021 ditunjukkan pada Tabel 1.1 berikut :

Tabel 1.1
Jumlah Pengguna Jasa Transportasi PO Haryanto Kudus
Periode Tahun 2018-Tahun 2020

Tahun	Jumlah Penumpang
2018	104.373
2019	105.561
2020	94.267

Sumber : PO Haryanto Kudus, 2020.

Berdasarkan dari tabel 1.1 memperlihatkan bahwa total penumpang mengalami fluktuasi. Pengguna jasa bus lebih selalu ada kenaikan dan penurunan penumpang bus setiap tahunnya. Dapat dilihat dari Tabel 1.1 di atas, pengguna jasa transportasi 104.373 orang dan mengalami kenaikan pada tahun 2019 dengan jumlah pengguna transportasi senilai 105.561, kemudian mengalami penurunan pada tahun 2020 senilai 94.267.

Selain hal tersebut terdapat keluhan konsumen yang dialami oleh PO Haryanto Kudus tentang kualitas pelayanan dari konsumen terus baik secara langsung, email maupun melalui Whatsaap. Bahkan pada tahun 2020 keluhan yang masuk mengalami peningkatan.

Tabel 1.2
Data keluhan penumpang PO Haryanto Kudus Tahun 2018-2020

Tahun	Jumlah Keluhan	Keterangan Keluhan
2018	9	ketepatan waktu kurang yaitu sering terlambatnya dari jadwal pemberangkatan dan kedatangan bus
2019	13	Fasilitas kurang seperti kelengkapan bus belum memenuhi kriteria, supir kurang nyaman dalam berkendara.
2020	16	harga tiket mahal, letak halte yang tidak strategis dan kondisi bus perlu peremajaan

Sumber : PO Haryanto Kudus (2021)

Berdasarkan table di atas dapat diketahui selama periode penelitian tahun 2018 hingga tahun 2020 terjadi peningkatan jumlah keluhan yang signifikan dengan rincian tahun 2018 terdapat senilai 9 keluhan, tahun 2019 terdapat rincian senilai 13 keluhan dan tahun 2020 terdapat 16 keluhan. PO. Efisiensi diharapkan dapat mengenai dan tanggap cepat atas keluhan penumpang secara dini sehingga bias diantisipasi dampak yang tidak diinginkan dan kemudian dapat segera dibentuk suatu strategi guna memperbaikinya.

Research gap dalam penelitian ini pada Harpadeles (2016) menyatakan dalam penelitiannya adalah nilai pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Berbeda dengan Yigui Xue, Jihkuang Chen (2018) yang menyatakan nilai pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian Defit Ilham Purnama Putra (2019) dalam penelitiannya menyatakan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh negatif tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berbeda dengan Penelitian Bayu Ari Pambudi. Rahayu Triastity (2016) yang menyatakan kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian Defit Ilham Purnama Putra (2019) menyatakan bahwa hipotesis pertama diterima jadi terbukti variabel kualitas layanan memiliki pengaruh negatife tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berbeda dengan Riyan Indra Pramana. I Made Sukresna (2016) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan pengambilan judul penelitian **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Pelanggan, Nilai terhadap Kepuasan pelanggan berdampak pada Loyalitas pelanggan (Studi Kasus pada PO. Haryanto Kudus).**

1.2. Ruang Lingkup

Ruang lingkup penelitian adalah sebagai berikut:

- 1.2.1. Responden adalah pelanggan yang menggunakan jasa pada PO Haryanto Kudus.
- 1.2.2. Variabel eksogen penelitian ini diteliti kualitas pelayanan, kepercayaan, pelanggan, nilai pelanggan.
- 1.2.3. Variabel endogen dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.
- 1.2.4. Waktu Penelitian dilakukan selama 4 bulan setelah judul disetujui

1.3. Perumusan Masalah

PO Haryanto Kudus pada pengguna jasa transportasi tahun 2018 senilai 104.373 orang dan mengalami kenaikan pada tahun 2019 dengan jumlah pengguna transportasi senilai 105.561, kemudian mengalami penurunan pada tahun 2020 senilai 94.267. Keluhan konsumen juga mengalami peningkatan tentang kualitas pelayanan dari konsumen secara langsung, email maupun melalui Whatsaap. Selama periode penelitian tahun 2018 hingga tahun 2020 terjadi peningkatan jumlah keluhan yang signifikan dengan rincian tahun 2018 terdapat senilai 9 keluhan, tahun 2019 terdapat rincian senilai 13 keluhan dan tahun 2020 terdapat 16 keluhan.

Dari perumusan penelitian yang telah disampaikan, maka pertanyaan penelitian adalah sebagai berikut.

- 1.3.1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PO Haryanto Kudus?
- 1.3.2. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan PO Haryanto Kudus?
- 1.3.3. Bagaimana pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan PO Haryanto Kudus?
- 1.3.4. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan PO Haryanto Kudus?
- 1.3.5. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan PO Haryanto Kudus?

1.3.6. Bagaimana pengaruh nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan PO Haryanto Kudus?

1.3.7. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan PO Haryanto Kudus?

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1.4.1. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PO Haryanto Kudus.

1.4.2. Menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan PO Haryanto Kudus.

1.4.3. Menganalisis pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan PO Haryanto Kudus.

1.4.4. Menganalisis pengaruh kualitas terhadap loyalitas pelanggan PO Haryanto Kudus.

1.4.5. Menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan PO Haryanto Kudus.

1.4.6. Menganalisis pengaruh nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan PO Haryanto Kudus.

1.4.7. Menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan PO Haryanto Kudus.

1.5. Kegunaan Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah memberi informasi kepada pihak-pihak yang membutuhkan, dimana kegunaan tersebut adalah :

1.5.1. Kegunaan Secara Teoritis

Penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan mengenai pentingnya peran kualitas pelayanan, kepercayaan pelanggan, nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan yang berdampak pada loyalitas pelanggan, bagi bagi pada produk ditengah persaingan pada produk yang memiliki fungsi yang sama.

1.5.2. Kegunaan secara Praktis

Penelitian sangat diharapkan memiliki manfaat bagi usaha pada sebuah pengambilan keputusan dan dalam menentukan strategi yang selanjutnya akan lebih efektif dalam memenangkan persaingan di pasar.