

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Transportasi dalam kehidupan sekarang ini telah menjadi suatu kebutuhan mendasar yang sangat penting terutama untuk masyarakat perkotaan. Fungsi transportasi dalam aktifitas di perkotaan memiliki peranan penting yang berpengaruh di dalam segala aspek atau sektor kehidupan. Masyarakat pada umumnya sangat membutuhkan transportasi publik di samping kendaraan pribadi sebagai alat penunjang transportasi kegiatan sehari-hari untuk memenuhi kebutuhannya. Sehubungan dengan pembangunan di bidang ekonomi dan bidang lainnya perlu didukung dengan pembangunan dan perbaikan dalam sektor transportasi.¹

Salah satu aspek transportasi yang menyangkut hajat hidup orang banyak adalah angkutan umum. Pengembangan angkutan umum massal berbasis jalan di wilayah perkotaan di Indonesia diarahkan untuk menciptakan pelayanan yang handal dan terjangkau oleh seluruh lapisan masyarakat pengguna jasa angkutan umum. Pada jangka panjang, diharapkan keberadaan pelayanan angkutan umum yang handal akan mampu mengurangi ketergantungan masyarakat terhadap penggunaan kendaraan pribadi.

Mengacu pada Undang-undang Lalulintas dan Angkutan Jalan Nomor 14 tahun 1992, kondisi angkutan umum massal berbasis jalan di wilayah perkotaan di Indonesia pada saat ini belum tertata dengan baik. Kinerja angkutan umum belum memadai, kualitas pelayanan belum menjadi prioritas. Prioritas utama saat ini adalah angkutan umum yang murah sehingga terjangkau oleh seluruh lapisan masyarakat. Namun seringkali alasan inilah yang digunakan untuk menurunkan kualitas pelayanan. Padahal pelayanan umum wajib diutamakan karena menyangkut hajat hidup orang banyak.

¹ Rio Bagus Firmansyah Al Rasyid, "Kualitas Pelayanan Transportasi Publik", *Jurnal Kebijakan dan Manajemen Publik*, Vol.3 No.2 (2015): 97.

Kemurahan seringkali mengorbankan keselamatan (*safety*), keandalan (*reliability*), dan kenyamanan (*comfort*) yang merupakan tiga hal terpenting dalam transportasi.²

Pelayanan adalah aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi akibat adanya interaksi antara pelanggan dan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan pelanggan.³

Kualitas pelayanan yang optimal dapat dijadikan salah satu strategi perusahaan untuk meningkatkan serta mempertahankan pelanggan. Kualitas pelayanan yang optimal diharapkan akan mampu memenuhi harapan pelanggan sehingga menciptakan kepuasan dan loyalitas perusahaan. Pelanggan yang loyal merupakan aset berharga untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan dalam persaingan pasar yang ketat.⁴

Peran menjaga kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan sangat diperlukan oleh perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Jasa adalah kegiatan atau manfaat (*benefits*) yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain dan yang pada dasarnya tidak berwujud serta tidak akan menimbulkan kepemilikan akan sesuatu. Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta berusaha memenuhi harapan pelanggan dengan cara memberikan pelayanan kepada pelanggan yang lebih memuaskan dari pada yang dilakukan oleh pesaing. Dengan demikian, hanya perusahaan yang berkualitas yang dapat bersaing dan menguasai pasar.⁵

² Soetomo, *Strategi-Strategi Pembangunan Masyarakat*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), 10.

³ Zaenal Mukarom dan Muhibudin Wijaya Laksana, *Manajemen Pelayanan Publik*, (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 80.

⁴ A.A Ayu Atika Paramitha Wendha, dkk, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Garuda Indonesia di Denpasar", *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, dan Kewirausahaan*, Vol.7, No.1 (2013): 19.

⁵ Philip Kotler dan Kevin Lane, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2009), 133.

Pelanggan pada zaman sekarang adalah pelanggan yang kritis yang sangat berhati-hati dalam membelanjakan uangnya. Fasilitas yang lengkap, kepuasan juga turut berperan menjangkit pelanggan menjadi loyal. Fasilitas adalah sarana yang sifatnya mempengaruhi pelanggan untuk melakukan suatu aktifitas. Fasilitas juga merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum sesuatu jasa dapat ditawarkan kepada pelanggan. Fasilitas dapat pula berupa sesuatu yang memuaskan pelanggan dalam memperoleh kepuasan. bentuk jasa tidak bisa dilihat, tidak bisa dicium dan tidak bisa diraba maka aspek wujud bentuk fisik menjadi penting sebagai ukuran dari pelayanan. Pelanggan yang ingin mencari kenyamanan selama proses menunggu pelaksanaan layanan jasa akan lebih merasa nyaman bila fasilitas yang digunakan oleh pelanggan di buat nyaman dan menarik. Indikator fasilitas yaitu: Kelengkapan, keberishan, dan kerapian fasilitas yang ditawarkan.⁶

Kepuasan pelanggan merupakan konstruk yang berdiri sendiri dan dipengaruhi oleh kualitas layanan, demikian pula halnya dengan loyalitas pelanggan yang juga dipengaruhi oleh kualitas layanan. Kepuasan pelanggan adalah kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Perusahaan memperoleh banyak manfaat dengan tercapainya tingkat kepuasan yang tinggi, yakni selain dapat menciptakan loyalitas pelanggan tapi juga dapat mencegah terjadinya perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, menguraangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis.

Akbar dan Parvez menyatakan bahwa faktor-faktor pembentuk loyalitas pelanggan adalah kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kepuasan pelanggan. Pelanggan yang loyal mempunyai kecenderungan lebih rendah untuk berpindah merek, kurang sensitive terhadap harga, membeli lebih sering, dan atau

⁶ Afifah Audistiana, dkk, "Pengaruh Aksesibilitas, Fasilitas, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Delta Fishing Sidoharjo", *Jurnal Manajemen Branchmark*, Vol.3, ISSUE.3 (2017): 28-29.

lebih banyak, menjadi strong word of mouth, menciptakan business referrals.⁷

Kotler memaparkan ada enam alasan mengapa suatu institusi perlu mendapatkan loyalitas pelanggan yaitu pelanggan yang ada lebih protektif, artinya pelanggan loyal akan memberikan keuntungan besar kepada institusi. Biaya mendapatkan pelanggan baru jauh lebih besar dibanding menjaga dan mempertahankan pelanggan yang ada. Pelanggan yang sudah percaya kepada institusi dalam suatu urusan akan percaya juga dengan urusan lain. Biaya operasi institusi akan menjadi efisien jika memiliki banyak pelanggan yang loyal. Institusi dapat mengurangi biaya psikologis dan social dikarenakan pelanggan lama telah mempunyai banyak pengalaman positif dengan institusi. Pelanggan yang loyal akan selalu membela institusi bahkan berusaha pula untuk menarik dan memberi saran kepada orang lain untuk menjadi pelanggan.⁸

Pada perusahaan otobus PO New Shantika masih sering dijumpai adanya suatu masalah yang dapat menyebabkan pelanggan atau mengeluh. Seperti ketidak tepatan waktu, waktu keberangkatan maupun waktu saat tiba di tujuan, makanan ringan yang menunya monoton, gangguan-gangguan selama perjalanan yang mengurangi kenyamanan pelanggan disebabkan masuknya pengamen, pedagang asongan ke dalam bus ketika berada di terminal pemberangkatan dan terminal tujuan akhir yang sering memaksa pelanggan untuk mengeluarkan uangnya sehingga pelanggan merasa terganggu. Meskipun demikian, dalam satu bus PO New Shantika yang berisi rata-rata 28 seat dalam sekali perjalanan ke Jakarta masih bisa mengangkut 18 sampai 20 pelanggan per busnya. Berdasarkan kenyataan diatas inilah yang menarik penulis untuk mengambil judul penelitian **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS, KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN”**

⁷ Akbar M.M dan Parvez, "Impact of Service Quality, Trust, and Customer Satisfaction Loyalty", *Jurnal ABAC*, Vol.29, No.1 (2009): 24-38.

⁸ Philip Kotler, Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2004), 120.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat di rumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan PO New Shantika?
2. Apakah terdapat pengaruh fasilitas terhadap loyalitas pelanggan PO New Shantika?
3. Apakah terdapat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan PO New Shantika?
4. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan PO New Shantika.
2. Untuk menganalisis pengaruh fasilitas terhadap loyalitas pelanggan PO New Shantika.
3. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan PO New Shantika.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan tambahan informasi bagi penelitian dengan tema yang serupa di masa mendatang.
2. Manfaat Praktif
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak PO New Shantika dalam mengetahui factor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan sehingga dapat digunakan sebagai strategi pemasaran di masa yang akan datang.

E. Sistematika Penulisan

Bagian awal meliputi : halaman judul, nota persetujuan, pengesahan, pernyataan, moto, persembahan, kata pengantar, abstrak, daftar isi

1. BAB I Pendahuluan

Terdiri atas lima sub bab meliputi : latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan.

2. BAB II Kajian Pustaka

Terdiri atas empat sub bab meliputi : Deskripsi teori, peneitian terdahulu, kerangka berfikir, hipoytesis

3. BAB III Metode Penelitian

Terdiri atas tujuh sub bab meliputi : jenis dan pendekatan, setting penelitian, populasi dan sampel, desaaan dan definisi operasional variable, uji validitas dan reliabilitas instrument, teknik pengumpulan data, teknik analisis data

4. BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

a. Hasil Peelitian

1) Gambaran Objek Penelitian

2) Analisis Data (uji validitas, uji reliabilitas, uji pra syarat, uji hipotesis)

b. Pembahasan (komparasi A2 dengan teori atau penelitian lain)

5. BAB V Penutup

Terdiri atas dua sub bab meliputi: simpulan, saran-saran