

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Penelitian**

Dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat dimasa sekarang ini, syarat yang harus dipenuhi oleh perusahaan salah satunya adalah berusaha untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Hal ini terlihat dari semakin banyaknya perusahaan yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, yang menyebabkan setiap perusahaan di bidang jasa harus menempatkan orientasi pada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama.

Konsep pemasaran yang sebaiknya dianut oleh suatu perusahaan terutama perusahaan jasa harus berorientasi pada kepuasan konsumen sehingga perusahaan jasa yang menganut konsep ini akan berusaha untuk mengetahui segala sesuatu yang berhubungan dengan konsumennya, dan berusaha untuk memuaskan keinginan mereka. Hal ini sangat penting dalam menjamin kesuksesan jangka panjang dari program pemasaran untuk mendesain, menjalankan, mengevaluasi dua tujuan dalam pelayanan konsumen yaitu efisiensi operasional dan kepuasan konsumen yang dapat dicapai melalui studi terhadap pelayanan yang diterima konsumen.

Salah satu cara yang umum dalam membedakan antara satu perusahaan jasa dengan perusahaan jasa yang lainnya dilihat dari seberapa besar perusahaan

dapat memberikan pelayanan jasa yang lebih baik dan lebih memuaskan.

secara konsisten. Pelayanan yang diharapkan dan pelayanan yang dirasakan merupakan dua faktor yang mempengaruhi konsumen dalam menilai kualitas pelayan. Jika pelayanan yang diterima sesuai yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Apabila pelayanan yang diterima melampaui harapan konsumen maka kualitas pelayanan yang dipersepsikan ideal. Sebaliknya jika pelayanan yang diterima tidak seperti yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Maksudnya ialah bahwa citra kualitas yang baik bukan dilihat dari persepsi pihak penyedia jasa melainkan berdasarkan persepsi konsumen yang merupakan penilaian yang menyeluruh atas keunggulan suatu pelayan jasa. Pada industri jasa, kualitas pelayanan merupakan hal yang utama karena pelayanan menekankan pada kepuasan konsumen sehingga tercipta kesetiaan atau loyalitas konsumen kepada produk yang disediakan perusahaan jasa tersebut.

Demikian pula dengan perusahaan jasa transportasi perlu memperhatikan tentang kualitas pelayanan dan kepuasan yang dirasakan oleh konsumennya, sehingga mereka bisa bersaing dengan perusahaan jasa transportasi yang lain. Dalam perkembangan jasa transportasi saat ini, jasa transportasi udara merupakan sarana transportasi yang mendapatkan perhatian yang cukup besar dari masyarakat. Salah satunya adalah Maskapai Penerbangan Merpati Nusantara. Dalam rangka memberikan pelayanan kepada konsumennya, perusahaan penerbangan Merpati Nusantara membuka 63 kantor cabang di seluruh Indonesia.

Kestimewaan perusahaan penerbangan Merpati Nusantara

perusahaan penerbangan lainnya adalah mempunyai paling banyak jenis pesawat terbang yang terdiri dari : Boing 737, Foker 28, dan 27, Cassa 212, dan lain-lain. ([www.merpati.co.id](http://www.merpati.co.id)) Untuk perusahaan penerbangan Merpati Nusantara di Yogyakarta, menggunakan Foker 28. Dalam memudahkan konsumen untuk mendapatkan tiket, penumpang dapat langsung memesan tiket yang dapat dilayani di bandara Adisucipto atau di Jalan Diponegoro 31 Yogyakarta yang merupakan kantor cabang Yogyakarta. Untuk rute penerbangan dari Yogya, Merpati mempunyai satu jurusan yaitu Yogyakarta-Surabaya-Balikpapan-Tarakan PP. Dan untuk ke kota lain penumpang akan transit di kota yang telah menyediakan jurusan yang akan dituju.

Perusahaan penerbangan Merpati Nusantara di Yogyakarta membagi dua kelas yaitu kelas Premium (lebih murah 10% dari kelas eksekutif) dan kelas ekonomi (lebih murah 30% dari kelas eksekutif). Dalam mewujudkan keamanan dan kenyamanan penumpang, maka PT. Merpati Nusantara menyediakan alat-alat keamanan penumpang yang berupa pelampung (1 orang 1 pelampung), alat pemadam kebakaran, oksigen. Dan untuk kenyamanan di dalam pesawat, PT. Merpati Nusantara menyediakan crew yang handal dalam menjalankan tugasnya, seperti: kapten dan co-pilot yang siap mengantar penumpang ke tempat tujuan, pramugari dan pramugara yang siap membantu penumpang dari memasuki pesawat hingga tempat tujuan terakhir, dan yang terakhir adalah mekanik yang

Berdasarkan berbagai penelitian terhadap beberapa jenis kualitas jasa parasarman dkk (1985) dalam Tjiptono (2000), berhasil mengidentifikasi lima karakteristik yang digunakan oleh para pelanggan dalam mengevaluasi kualitas jasa yang tercakup dalam lima dimensi kualitas jasa yaitu:

1. Keterandalan (*Reliability*)

Kemampuan penerbangan Merpati Nusantara dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan. Pengukuran kualitas pelayanan dalam penelitian ini meliputi ketepatan keberangkatan pesawat dan waktu tiba pesawat.

2. Daya tanggap (*Responsiveness*)

Respon atau kesigapan para pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap, meliputi kesigapan para pegawai perusahaan penerbangan Merpati Nusantara Yogyakarta dalam melayani konsumen, kemampuan perusahaan yang cepat tanggap terhadap keluhan yang disampaikan pelanggan.

3. Jaminan (*Assurance*)

Kemampuan pegawai atas pengetahuan, kualitas keramahan, perhatian dan kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, keamanan dan memanfaatkan jasa yang ditawarkan dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen terhadap

#### 4. Empati (*Empathy*)

Kepedulian dan perhatian kepada konsumen, ini meliputi pernyataan-pernyataan tentang perusahaan pada konsumen seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan pegawai untuk berkomunikasi dengan konsumen dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan konsumen secara khusus.

#### 5. Bukti Langsung (*Tangible*)

Fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi yang dimiliki oleh perusahaan penerbangan Merpati Nusantara, meliputi kebersihan dan kerapian pesawat dan crew, fasilitas fisik seperti: bentuk fisik pesawat, tempat duduk yang nyaman, sarana pendukung seperti tempat bagasi, toilet, AC dan lain-lain.

Berdasarkan dari latar belakang masalah di atas maka saya tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PERUSAHAAN PENERBANGAN MERPATI NUSANTARA DI YOGYAKARTA”**.

### **B. Batasan Masalah Penelitian**

Dalam penelitian ini penulis membatasi ruang lingkup masalah sebagai berikut:

### 1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan diukur dari variabel *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, *tangible*.

### 2. Konsumen yang Diteliti

Konsumen yang diteliti adalah para konsumen yang memakai jasa penerbangan Merpati Nusantara Yogyakarta.

## C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut di atas, serta mengingat perusahaan penerbangan Merpati Nusantara Yogyakarta merupakan perusahaan jasa, maka rumusan masalah tak lepas dari lima variabel dependen yang terdiri dari keterandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) empati (*empathy*), dan bukti langsung (*tangible*) sehingga masalah yang dihadapi adalah:

1. Bagaimana pengaruh variabel keterandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti langsung (*tangible*) pada perusahaan penerbangan Merpati Nusantara Yogyakarta terhadap kepuasan konsumen?
2. Variabel manakah yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan penerbangan Merpati Nusantara Yogyakarta?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Secara umum penelitian dilakukan untuk memberikan gambaran tentang kepuasan konsumen perusahaan penerbangan Merpati Nusantara Yogyakarta. Penelitian ini mempunyai tujuan yaitu:

1. Untuk menguji pengaruh variabel keterandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti langsung (*tangible*), yang terdapat pada perusahaan penerbangan Merpati Nusantara di Yogyakarta terhadap tingkat kepuasan konsumen.
2. Untuk menguji variabel yang paling berpengaruh dari variabel keterandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti langsung (*tangible*), terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan penerbangan Merpati Nusantara Yogyakarta.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Disamping tujuan penelitian seperti yang telah diuraikan di atas penelitian ini juga mempunyai manfaat yang antara lain sebagai berikut:

##### **1. Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan bagi pihak perusahaan guna menentukan kebijaksanaan di masa yang akan datang dalam

## **2. Bagi Peneliti**

- a. Penelitian ini sebagai sarana untuk menerapkan teori yang didapat diperkuliahan selama ini, serta menambah wawasan dan pengetahuan di bidang pemasaran khususnya mengenai kepuasan konsumen.
- b. Untuk memenuhi sebagai syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- c. Untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan konsumen perusahaan Penerbangan Merpati Nusantara Yogyakarta, ditinjau dari persepsi