

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam perkembangan bisnis yang semakin cepat dewasa ini membuat para pengusaha atau perusahaan lebih giat berusaha agar tetap hidup dan berkembang sesuai dengan apa yang diinginkan dan direncanakan dalam mencapai tujuan perusahaan. Dalam usaha mencapai tujuan tersebut, perusahaan berupaya untuk menghasilkan produk yang kemudian ditawarkan kepada pasar. Produk bisa berupa barang, jasa organisasi, orang/pribadi, tempat, maupun ide.

Jasa transportasi angkutan darat merupakan salah satu jasa yang sangat dibutuhkan masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya akan transportasi. Hal ini didukung dengan iklim kehidupan yang semakin dinamis dan semakin baiknya sarana-sarana transportasi. Kondisi ini akan semakin menciptakan iklim persaingan di antara penyedia jasa transportasi angkutan darat.

Tarif dan harga angkutan darat yang sudah diatur pemerintah, membuat para penyedia jasa transportasi angkutan darat berusaha mengembangkan strategi pemasarannya agar dapat memasarkan jasanya dan menghasilkan laba yang setinggi-tingginya. Berkenaan dengan hal tersebut maka strategi pemasaran yang berorientasi pada pelanggan (*consumer orientation*) menjadi suatu hal yang penting. Menurut Irawan (2003 : 1), logika sederhana dari pelaku bisnis adalah bahwa apabila pelanggannya puas,

pastilah akan terjadi sesuatu yang lebih baik untuk bisnis mereka di masa yang akan datang.

Pelanggan yang puas adalah pelanggan yang akan berbagi kepuasan dengan produsen atau penyedia jasa. Bahkan, pelanggan yang puas akan berbagi rasa dan pengalaman dengan pelanggan yang lain. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan haruslah menjadi salah satu tujuan dari setiap perusahaan (Irawan, 2003 : 2). Kualitas pelayanan menjadi suatu kebutuhan bagi penyedia jasa transportasi angkutan darat dalam strategi pemasarannya guna memuaskan konsumen, mengingat kualitas produk yang hampir sama diantara pesaing dengan harga yang telah ditetapkan pemerintah.

Konsumen yang terpuaskan dari jasa pelayanan penyedia jasa melalui pengalaman-pengalaman dalam menggunakan jasa pelayanan tersebut akan mempunyai sikap dan komitmennya untuk melakukan pembelian ulang. Komitmen yang mendalam akan menciptakan perilaku untuk selalu membeli ulang pada penyedia jasa tersebut dan akhirnya terbentuk suatu loyalitas.

Penelitian dimodifikasi dari penelitian Hadiati (2003 : 299 - 311) yang meneliti pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank Widyana Malang, dan penelitian Fatmawati (2004 : 23 - 34), yang meneliti tentang citra rumah sakit, kepuasan, dan loyalitas pelanggan-studi pada Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta. Jenis kualitas jasa pelayanan yang berbeda akan berbeda pula karakteristik pribadi dari konsumennya. Kondisi ini akan berpengaruh juga terhadap kepuasan dan loyalitasnya.

Latar belakang penelitian di atas mendorong penulis untuk melakukan penelitian dengan judul : Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Pada PO. Ezri Pekalongan.

B. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Dimensi kualitas pelayanan yang diteliti dalam penelitian ini adalah *Tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*.
2. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen PO Ezri Pekalongan yang minimal telah 3 kali menggunakan jasa PO Ezri Pekalongan, sehingga dapat memberikan tanggapan terhadap kualitas pelayanan PO Ezri Pekalongan dan kepuasan selama menggunakan jasa PO Ezri Pekalongan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari *Tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen PO Ezri Pekalongan.

2. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen PO Ezri Pekalongan.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari dimensi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* terhadap kepuasan konsumen PO Ezri Pekalongan.
2. Menganalisis dimensi kualitas pelayanan apakah yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen PO Ezri Pekalongan.
3. Menganalisis pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen PO Ezri Pekalongan.

E. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini, manfaat yang diharapkan bisa diambil sebagai berikut:

1. Bidang Praktik

Hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan pertimbangan bagi perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan supaya dapat memberikan kepuasan kepada konsumen dan pada akhirnya menciptakan konsumen-konsumen yang loyal.

2. Bidang Teori

Dapat digunakan sebagai sarana untuk menerapkan teori-teori yang didapat di bangku kuliah dan untuk menambah pengalaman dalam bidang penelitian, khususnya tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen.