

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pada era globalisasi ini, sebuah organisasi atau perusahaan dituntut untuk dapat terus berkembang. Hal ini disebabkan oleh persaingan bisnis yang semakin ketat di tengah tingkat pendidikan masyarakat yang semakin naik dan kecanggihan teknologi yang berkembang pesat secara terus-menerus dan untuk dapat memenangkan persaingan, suatu organisasi atau perusahaan harus dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan, dengan cara meningkatkan kualitas agar dapat memuaskan kebutuhan konsumen.

Tujuan utama sebuah organisasi atau perusahaan adalah mencari keuntungan dengan cara memberikan kepuasan kepada pelanggan. Perusahaan harus menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas atau memiliki keunggulan kompetitif, sehingga dapat memenuhi kepuasan konsumen dan mengurangi keluhan dari konsumen sehingga dapat meningkatkan pendapatan organisasi atau perusahaan. Globalisasi telah meningkatkan permintaan untuk jasa-jasa komunikasi, transportasi, dan informasi. Keadaan ini selain mempengaruhi keinginan masyarakat yang semakin kompleks dan bervariasi, juga sangat berpengaruh terhadap perkembangan bidang pemasaran,

khususnya pemasaran jasa. Pemasaran jasa telah meningkat dalam kepentingannya selama dekade terakhir seiring dengan meningkatnya persaingan. Sepuluh tahun yang lalu persaingan relatif kurang penting bagi badan-badan usaha dalam bisnis jasa. Namun, daya saing telah melejit pada suatu tingkat yang mengkhawatirkan dalam hampir semua sektor jasa (Yu, Chang, dan Huang, 2006).

Dalam bidang pemasaran jasa, pengelola jasa harus selalu berhadapan langsung dengan pemakai jasa, sehingga perusahaan jasa dituntut untuk selalu memberikan pelayanan yang memuaskan konsumen dengan tetap mengutamakan mutu dan kualitas jasa yang diberikan. Karena mutu pelayanan dari suatu perusahaan melebihi pelayanan yang diharapkan, maka konsumen cenderung menggunakan penyedia jasa itu lagi, jadi kemampuan perusahaan jasa untuk mempertahankan konsumennya tergantung pada sejauh mana perusahaan itu menyampaikan nilai kepada konsumen mereka. Kotler (1997) berpendapat bahwa kualitas jasa harus dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir pada persepsi konsumen tersebut. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi konsumen. Dalam hal ini pelanggan yang mengkonsumsi dan menikmati jasa perusahaan, sehingga merekalah yang seharusnya menentukan kualitas jasa yang dapat memuaskan konsumen. Persepsi konsumen terhadap kualitas jasa merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu jasa.

Dalam studi Yu, Chang, dan Huang (2006) menggunakan lima dimensi kualitas jasa (SERVQUAL) yang dijabarkan dalam 21 item jasa untuk mengetahui kepuasan konsumen dan untuk mengukur kepuasan pelanggan menggunakan item jamak. Kepuasan jasa yang diukur dengan lima dimensi yang dikemukakan oleh Parasuraman, et al. (1988) yaitu (1) keandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan, (2) daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap, (3) jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki staf, (4) empati (*empathy*), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, perhatian pribadi, dan (5) bukti fisik (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai. Menurut Boulding dan Fournel (Adreson, Fournel, dan Rust, 1997) kepuasan adalah keseluruhan evaluasi produk atau jasa perusahaan dari transaksi yang spesifik.

Salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa adalah perusahaan transportasi. Dalam era pembangunan dimana tingkat perekonomian yang semakin meningkat, maka semakin banyak orang yang melakukan perjalanan baik untuk keperluan bisnis, pribadi, maupun wisata. Tingginya mobilitas masyarakat ini mendorong tumbuhnya perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang jasa, salah satunya adalah Maskapai Garuda Indonesia yang merupakan perusahaan yang bergerak

dalam jasa transportasi umum dibidang penerbangan di Indonesia dan status hukumnya merupakan BUMN berbentuk Perseroan Terbatas.

Sebagai sebuah BUMN yang tugas utamanya melayani kepentingan umum, Maskapai Garuda Indonesia harus berusaha semaksimal mungkin untuk meningkatkan semua bentuk pelayanannya misalnya dengan mementingkan keamanan dan kenyamanan penumpang, ketepatan dan kecepatan menuju tujuan, ataupun tersedianya fasilitas seperti kamar kecil, televisi dan sarana pendingin ruangan yang memadai. Sebagai salah satu penyumbang terbesar bagi pendapatan Negara, Maskapai Garuda Indonesia harus berusaha meningkatkan kualitas pelayanannya, sehingga diharapkan dengan adanya peningkatan kualitas jasa yang ditawarkan Maskapai Garuda Indonesia akan membuat para penumpang merasa puas dan akhirnya membuat mereka selalu menggunakan pesawat udara, terutama kelas eksekutif sebagai sarana transportasi bila hendak melakukan perjalanan. Maskapai Garuda Indonesia dalam rangka memenuhi kepuasan dan keinginan para penumpang telah membagi kelas penerbangan ke dalam tiga kelas yaitu eksekutif, bisnis, dan ekonomi. Pembagian tersebut dilakukan untuk memenuhi aspirasi masyarakat yang mempunyai kemampuan finansial berbeda-beda.

Alasan peneliti melakukan penelitian pada Maskapai Garuda Indonesia, dimana Maskapai Garuda Indonesia termasuk maskapai yang memiliki fasilitas-fasilitas dan pelayanan yang sangat baik, jika dibandingkan dengan maskapai lainnya. Maskapai Garuda Indonesia adalah perusahaan

penerbangan dengan jurusan berbagai wilayah di Indonesia (domestik) maupun internasional. Banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan salah satunya adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan guna mencapai kepuasan pelanggan. Meskipun demikian elemen ini mempengaruhi konsumen dari segi biaya yang dikeluarkan, biasanya semakin mahal biaya yang dikeluarkan, maka konsumen mempunyai harapan yang lebih besar.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti tingkat kinerja pada Maskapai Garuda Indonesia dan bagaimana tingkat kepentingan Maskapai Garuda Indonesia dengan judul “**Analisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Maskapai Garuda Indonesia**”

B. Rumusan Masalah Penelitian

Dengan adanya latar belakang masalah yang telah saya sampaikan di atas, maka perumusan masalahnya adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan dalam lima dimensi yang terdiri dari keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) dan bukti fisik (*tangibles*) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen Maskapai Garuda Indonesia?
2. Apakah keandalan (*reliability*) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Maskapai Garuda Indonesia?

3. Apakah daya tanggap (*responsiveness*) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Maskapai Garuda Indonesia?
4. Apakah jaminan (*assurance*) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Maskapai Garuda Indonesia?
5. Apakah empati(*empathy*) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Maskapai Garuda Indonesia?
6. Apakah bukti fisik (*tangibles*) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Maskapai Garuda Indonesia?

C. Tujuan Penelitian

Secara umum tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang berperan dalam kepuasan konsumen Maskapai Garuda Indonesia. Lebih detail lagi penelitian dilakukan dengan tujuan untuk :

1. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dalam lima dimensi yang terdiri dari keandalan (*reliability*), daya tanggap(*responsiveness*), jaminan(*assurance*), empati (*empathy*) dan bukti fisik (*tangibles*) secara simultan terhadap kepuasan konsumen Maskapai Garuda Indonesia.
2. Menganalisis pengaruh keandalan(*reliability*) terhadap kepuasan konsumen Maskapai Garuda Indonesia.
3. Menganalisis pengaruh daya tanggap (*responsiveness*) terhadap kepuasan konsumen Maskapai Garuda Indonesia.

4. Menganalisis pengaruhjaminan(*assurance*) terhadap kepuasan konsumen Maskapai Garuda Indonesia.
5. Menganalisis pengaruhempati(*empathy*) terhadap kepuasan konsumen Maskapai Garuda Indonesai.
6. Menganalisis pengaruhbukti fisik(*tangibles*) terhadap kepuasan konsumen Maskapai Garuda Indonesia.

D. Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang diharapkan dari terlaksananya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Memperkaya khasanah penelitian pada Universitas Muhammadiyah Yogyakarta khususnya pada Program Studi Manajemen.

2. Manfaat Praktik

Penelitian dapat dijadikan masukan bagi Maskapai Garuda Indonesia untuk menentukan pengambilan keputusan mengenai peningkatan kualitas jasa sesuai yang diinginkan oleh penumpang demi meningkatkan keuntungan perusahaan.