

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pada saat ini persaingan bisnis baik di bidang perdagangan atau perusahaan jasa semakin tajam. Hal itu dibuktikan dengan semakin banyak munculnya perusahaan yang bergerak pada sektor industri jasa, terutama pada sektor jasa transportasi. Dewasa ini beberapa alat transportasi yang biasa digunakan, baik itu transportasi darat, laut, maupun udara. Masing-masing alat transportasi tersebut terdiri dari beberapa jenis, seperti transportasi darat terdiri dari: mobil, bus, kereta api dan sebagainya.

Perkembangan perekonomian dan komunikasi membawa dampak pada pesatnya perkembangan jasa transportasi, sehingga bidang transportasi merupakan bidang yang sangat menjanjikan untuk masa kini dan masa mendatang. Hal ini bisa dilihat dari perkembangan kemajuan teknologi dari waktu ke waktu, dimana transportasi mempunyai peranan yang sangat penting dalam kehidupan, tidak hanya sebagai sarana untuk memperlancar arus barang dan manusia saja tetapi transportasi juga akan memberikan efisiensi waktu.

Keberhasilan suatu produk ataupun jasa dapat dilihat pada volume penjualan yang dicapai, sedangkan volume penjualan yang besar dapat terwujud dikarenakan konsumen mulai meletakkan kepercayaan, dan pilihannya pada produk tersebut. Kepercayaan tersebut bisa didapat antara lain karena kepandaian pengusaha meyakinkan konsumen. Dengan demikian

penyedia jasa transportasi harus membuat strategi menarik untuk mempertahankan konsumen. Kepuasan konsumen menjadi suatu hal yang penting dalam mempertahankan pelanggan. Pada dasarnya pengertian dari kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan adalah perbedaan antara harapan dan kinerja yang dirasakan. Jadi pengertian kepuasan pelanggan dapat berarti kinerja barang atau jasa yang diterima oleh konsumen setidaknya sama dengan yang diharapkan. Dari keseluruhan kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh pelanggan mengenai kepuasan yang dirasakan.

Transportasi mempunyai peranan yang sangat vital dalam berbagai aktivitas perekonomian. Jasa transportasi dalam beberapa tahun ini berkembang sangat pesat khususnya transportasi darat, bagi kalangan rakyat bawah transportasi darat adalah cara paling favorit untuk berpergian terutama karena harganya yang murah. Salah satu angkutan darat yang cukup populer di Yogyakarta saat ini adalah bus Trans Jogja. Trans Jogja adalah sebuah sistem transportasi bus yang murah dan ber-AC di seputar kota Yogyakarta. Dengan fasilitas yang dimiliki bus Trans Jogja diharapkan dapat menciptakan kepuasan konsumen sehingga akan memberikan keuntungan bagi perusahaan penyedia jasa transportasi yaitu berupa pemakaian kembali jasa transportasi bus Trans Jogja secara berulang.

Merujuk pada penelitian yang dilakukan oleh Iqbal (2008) menunjukkan bahwa persepsi nilai, harapan, dan kepercayaan konsumen mempengaruhi kepuasan konsumen akan penyedia jasa internet secara

langsung dan signifikan. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul :“Pengaruh Persepsi nilai, Harapan, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Penyedia Jasa Transportasi Trans Jogja.”

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah persepsi nilai, harapan, dan kepercayaan secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada penyedia jasa transportasi Trans Jogja?
2. Apakah persepsi nilai mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada penyedia jasa transportasi Trans Jogja?
3. Apakah harapan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada penyedia jasa transportasi Trans Jogja?
4. Apakah kepercayaan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada penyedia jasa transportasi Trans Jogja?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh persepsi nilai, harapan, dan kepercayaan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada penyedia jasa transportasi Trans Jogja.

2. Untuk menganalisis pengaruh persepsi nilai terhadap kepuasan konsumen pada penyedia jasa transportasi Trans Jogja.
3. Untuk menganalisis pengaruh harapan terhadap kepuasan konsumen pada penyedia jasa transportasi Trans Jogja
4. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan konsumen pada penyedia jasa transportasi Trans Jogja

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Secara teoritis
 - a. Diharapkan penelitian ini memberikan kontribusi besar bagi ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran khususnya mengenai pengaruh persepsi nilai, harapan dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen.
 - b. Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk menambah referensi bagi para peneliti berikutnya yang akan melakukan penelitian tentang pengaruh persepsi nilai, harapan dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen.

2. Secara praktis

Merupakan bahan masukan dan evaluasi praktek lapangan, khususnya bagi perusahaan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk mengevaluasi keberhasilan dalam mengelola jasa transportasi berupa bus Trans Jogja agar mampu menghadapi persaingan yang semakin kompetitif.