

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. LATAR BELAKANG PENELITIAN

Pada era pasar terbuka ini, persaingan bisnis menjadi semakin cepat, dinamis, kompleks dan tidak menentu, menyediakan peluang tetapi juga menciptakan tantangan. Tantangan yang dihadapi oleh perusahaan – perusahaan dalam bisnis transportasi untuk selalu mendapatkan cara – cara terbaik untuk merebut atau mempertahankan pangsa pasar. Daerah Istimewa Yogyakarta yang dikenal dengan sebutan Kota Gudeg dan Kota Pelajar, berpotensi besar terhadap perkembangan para *entrepreneurship*. Salah satu bisnis yang berkembang di kota ini adalah bisnis *traveling*, biro wisata, perusahaan otto bus antar kota antar propinsi, dan bidang transportasi lainnya.

Berdasarkan latar belakang kondisi di atas, tentu tidak mudah bagi perusahaan transportasi khususnya travel untuk tetap bertahan ditengah persaingan yang sangat ketat. Semua cara digunakan pihak manajemen travel untuk bisa bersaing dan tetap eksis. Salah satunya dengan peningkatan pelayanan jasa yang diberikan kepada konsumen. Menurut Zeithaml et al (1990) dalam Sri Hadiati (2003), ada 10 dimensi kualitas pelayanan yang selanjutnya disederhanakan menjadi 5 dimensi, yaitu

1. *Reliability* (keandalan) adalah kemampuan untuk melaksanakan pelayanan yang semestinya secara tepat.

2. *Responsiveness* (ketanggapan) adalah keinginan untuk membantu nasabah dan memberikan pelayanan yang cepat dan seharga.
3. *Empathy* (empati) adalah memiliki rasa memperhatikan dan memelihara pada masing-masing nasabah/pelanggan.
4. *Assurance* (kepastian) adalah pengetahuan dan keramahan karyawan serta kemampuannya untuk memberikan kesan dapat dipercaya dan penuh keyakinan.
5. *Tangibles* (keberwujudan) adalah penampilan fasilitas-fasilitas fisik, peralatan, personil dan perlengkapan-perengkapan komunikasi.

Sejauhmana kesesuaian dimensi-dimensi kualitas pelayanan di atas dengan kondisi pertransportasian di kota Yogyakarta khususnya perusahaan travel, merupakan suatu kajian tersendiri sebagaimana yang akan dikaji dalam penelitian ini. Selain itu, kepuasan pelanggan merupakan kunci keberhasilan suatu perusahaan untuk menyesuaikan keinginan dan kebutuhan pelanggan yang senantiasa berubah. Apalagi usaha jasa, dimana interaksi antara perusahaan dengan konsumen akan sangat mudah untuk segera direspon oleh konsumen. Hal ini disebabkan karena keunikan sifat jasa yang tidak mempunyai *time lack* antara produksi dan konsumsi, serta tidak dapat disimpan, sehingga jasa akan diproduksi ketika konsumennya ada (Transistari, 2000).

Menurut Gagliano (1994) dalam Wiratno (1998), perbandingan antara ekspektasi (harapan) dengan persepsi yang diterima dapat menjadi

Wiratno (1998), kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan ekspektasinya.

Demikian pentingnya kualitas pelayanan bagi perusahaan travel dalam upaya memberikan kepuasan pada pengguna jasanya, maka penelitian ini diberi judul **“PENGARUH KUALITAS JASA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA TRAVEL PRISMAS YOGYAKARTA”**.

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka permasalahan yang peneliti angkat dalam penelitian ini antara lain:

1. Apakah faktor dimensi kualitas jasa yang terdiri dari *gap reliability* (keandalan), *gap responsiveness* (ketanggapan), *gap empathy* (empati), *gap assurance* (kepastian), dan *gap tangibles* (keberwujudan) berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Travel Primas Yogyakarta?
2. Faktor (variabel) apakah yang paling berpengaruh dari dimensi kualitas jasa Travel Primas Yogyakarta terhadap kepuasan pelanggan?

## **C. TUJUAN PENELITIAN**

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Menganalisis pengaruh *gap reliability, gap responsiveness, gap empathy, gap assurance, dan gap tangibles* secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Travel Prismas Yogyakarta.
2. Menganalisis faktor (variabel) yang paling dominan dari dimensi kualitas jasa Travel Prismas Yogyakarta yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

#### **D. MANFAAT PENELITIAN**

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

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan untuk dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan dalam meningkatkan kualitas pelayanan.

##### **2. Bagi Peneliti**

Penelitian ini diharapkan dapat memperdalam keyakinan peneliti tentang teori-teori yang telah diperoleh di perkuliahan dengan membandingkannya dengan keadaan yang sebenarnya pada perusahaan publik.

##### **3. Bagi Praktisi**

Hasil penelitian ini dapat ...