

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pesatnya persaingan dalam dunia bisnis khususnya jasa transportasi saat ini disebabkan oleh jumlah konsumen yang membutuhkan jasa transportasi tersebut juga semakin meningkat. Peningkatan jumlah konsumen menjadi peluang bagi setiap pelaku bisnis salah satunya dibidang transportasi untuk memberikan layanan yang dapat dijangkau berbagai kalangan. Peran teknologi dalam penyampaian informasi juga turut serta memberi kemudahan bagi konsumen dalam memilih layanan jasa transportasi yang mereka inginkan. Layanan informasi tersebut berupa produk, tarif dan kelebihan dari setiap jenis transportasi yang ada. Kondisi tersebut membuat para pelaku bisnis dibidang transportasi harus lebih bersaing dalam memberikan pelayanan kepada konsumen agar kepuasan dan loyalitas konsumen terhadap jasa yang mereka tawarkan tetap terjaga.

Menurut Herlistyani (2012) di dalam proses pelayanan terdapat upaya yaitu saling memberi dan menerima informasi satu sama lain. Apabila terdapat timbal balik dan manfaat sesuai dengan yang dingiinkan, maka hal tersebut akan menimbulkan suatu kepercayaan. Jika pelanggan mendapat kepuasan sesuai dengan yang dia harapkan maka pelanggan tersebut dapat memberikan kepercayaannya kepada jasa layanan yang dia gunakan, sehingga akan muncul loyalitas dalam diri pelanggan tersebut secara otomatis.

Dengan adanya persaingan bisnis dibidang transportasi, tentu setiap pelaku usaha dibidang tersebut memiliki strategi dalam memberikan layanannya masing-masing. Salah satu pelaku usaha dibidang transportasi yaitu Perusahaan Otobus (PO) EFISIENSI. PO EFISIENSI sendiri berawal dari layanan jasa bus pariwisata, lalu tahun 1998 pihak PO EFISIENSI memutuskan untuk mengubah layanannya dengan menggunakan bus besar dan membuka jalur jarak jauh. Kejayaan PO EFISIENSI sempat menurun setelah krisis moneter dan munculnya penerbangan Low Coas Carrier yang membuat PO EFISIENSI harus menutup sebagian produknya yaitu perjalanan jalur luar Jawa. Lalu tahun 2002, PO EFISIENSI mulai bangkit lagi dengan pembukaan jalur-jalur baru hingga tahun 2008 salah satunya yaitu jalur Yogyakarta-Purwokerto Pulang-Pergi (PP). Pihak PO EFISIENSI dalam menjalankan bisnisnya membidik segment menengah ke atas. PO EFISIENSI juga membuat layanan Shuttle Bus untuk perjalanan dari dan menuju Bandara.

Untuk memenangkan persaingan, PO EFISIENSI harus mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan, berupa layanan yang memberikan jaminan mutu atau kualitas (service quality) baik produk maupun jasa secara baik, cepat, dengan harga yang terjangkau bahkan lebih murah. Akan tetapi, untuk mendapatkan pelanggan yang loyal, PO EFISIENSI harus mampu menerapkan konsep pengembangan yang berorientasi pada pelanggan. Artinya, menekankan bahwa pelanggan adalah konsumen yang harus dilayani dan terpuaskan. Dengan adanya kepuasan pelanggan, diharapkan dapat

menciptakan loyalitas pelanggan yang dapat menciptakan transaksi ulang dan perasaan enggan berpaling ke layanan transportasi lain.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka peneliti ingin menganalisa pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi di PO EFISIENSI Yogyakarta serta peneliti ingin mereplikasi dari jurnal milik I Gede Benny Subawa dan Eka Sulistyawati (2020) dengan judul Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. Perbedaan antara penelitian ini dan penelitian terdahulu adalah pada objek penelitian. Pada penelitian terdahulu, objek yang diteliti yaitu pelanggan Lila Tour and Travel di Kota Bali sedangkan pada penelitian kali ini yang menjadi objek penelitian yaitu pelanggan PO EFISIENSI di Kota Yogyakarta.

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian dari latar belakang pada penelitian yang telah dikemukakan, maka yang menjadi rumusan masalah adalah sebagai berikut

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PO EFISIENSI di Yogyakarta?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PO EFISIENSI di Yogyakarta?
3. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PO EFISIENSI di Yogyakarta?

4. Apakah kepuasan pelanggan memiliki peran dalam memediasi kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PO EFISIENSI di Yogyakarta.
2. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan PO EFISIENSI di Yogyakarta.
3. Untuk menguji pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan PO EFISIENSI di Yogyakarta.
4. Untuk menguji peran kepuasan pelanggan dalam memediasi kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan PO EFISIENSI di Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

1. Teoritik

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan penelitian lebih lanjut untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebagai dan loyalitas pelanggan pada PO EFISIENSI di Yogyakarta.

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dan pengalaman berharga untuk mengembangkan ilmu pengetahuan tentang manajemen pemasaran, khususnya yang berhubungan dengan kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

2. Praktik

Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi PO EFISIENSI khususnya agen Yogyakarta dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan yang mengacu pada kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.