

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat saat ini di Indonesia yang ditunjukkan dengan cepatnya pertumbuhan ekonomi dan teknologi, maka syarat utama yang harus dipenuhi oleh perusahaan salah satunya adalah berusaha untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Hal ini terlihat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, yang menyebabkan perusahaan yang bergerak dibidang jasa harus menepati orientasi pada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama.

Konsep pemasaran yang sebaiknya dianut oleh suatu perusahaan, terutama perusahaan jasa yang menganut konsep ini akan berusaha untuk mengetahui segala sesuatu yang berhubungan dengan konsumennya dan berusaha untuk memuaskan keinginan mereka. Hal yang sangat penting dalam menjamin kesuksesan jangka panjang dari program pemasaran untuk mendesain, menjalankan, mengevaluasi dua tujuan dalam pelayanan konsumen yaitu koevisiensi operasional dan kepuasan konsumen yang dicapai melalui studi terhadap pelayanan yang diterima konsumen.

Salah satu cara yang umum dalam membedakan antara satu perusahaan jasa dengan perusahaan jasa yang lainnya dilihat dari seberapa besar perusahaan dapat memberikan pelayanan dengan kualitas yang lebih

tinggi dari pesaingnya secara konsisten. Pelayanan yang diharapkan dan pelayanan yang dirasakan merupakan dua faktor yang mempengaruhi konsumen dalam menilai kualitas pelayanan. Jika pelayanan yang diterima sesuai yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Apabila pelayanan yang diterima melampaui harapan konsumen maka kualitas pelayanan yang dipersepsikan ideal. Sebaliknya jika pelayanan yang diterima tidak seperti yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Maksudnya ialah bahwa citra kualitas yang baik bukan dilihat dari persepsi pihak penyedia jasa melainkan berdasarkan persepsi konsumen yang merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan jasa. Pada industri jasa, kualitas pelayanan merupakan hal yang utama karena pelayanan menekankan pada kepuasan konsumen sehingga tercipta kesetiaan atau loyalitas konsumen kepada produk yang disediakan perusahaan jasa tersebut.

Demikian pula dengan perusahaan jasa transportasi perlu memperhatikan tentang kualitas pelayanan dan kepuasan yang dirasakan oleh konsumennya. Sehingga mereka bisa bersaing dengan jasa transportasi lainnya. Dalam perkembangan jasa transportasi saat ini, jasa transportasi darat khususnya kereta api merupakan sarana transportasi yang mendapat perhatian yang cukup besar dari masyarakat.

Dalam rangka memberikan pelayanan kepada konsumennya. PT Kereta Api Indonesia (KAI) selalu berusaha untuk selalu memberikan yang terbaik dengan selalu memberikan kemudahan dan pelayanan yang

menekankan pada kepuasan konsumen sehingga tercipta kesetiaan dan loyalitas konsumen pada perusahaan ini. Untuk perusahaan Kereta Api Indonesia di Cirebon, dalam memudahkan konsumen untuk mendapatkan layanan baik itu berupa tiket atau yang lainnya perusahaan menyediakan loket-loket khusus untuk tiket dan informasi dan juga perusahaan menyediakan loket *reservasi* untuk pemesanan tiket yang bisa dipesan 30 hari sebelum hari keberangkatan. Sedangkan untuk mewujudkan keamanan dan kenyamanan penumpang di stasiun, perusahaan menyediakan polisi khusus kereta api (*polsuska*) yang dilengkapi dengan peralatan-peralatan layaknya seorang polisi, dan untuk kenyamanan di dalam kereta PT. Kereta Api menyediakan *crew* yang handal dalam menjalankan tugasnya.

Berdasarkan berbagai penelitian yang telah dilakukan terhadap beberapa jenis kualitas jasa Parasauraman dkk dalam Tjiptono (2000), berhasil mengidentifikasi lima karakteristik yang digunakan oleh para pelanggan dalam mengevaluasi kualitas jasa yang tercakup dalam lima dimensi kualitas jasa, yaitu keterandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), bukti langsung (*tangibles*). Atribut tersebut dapat dijabarkan dengan dimodifikasi sesuai dengan jenis usaha dan industri yang akan diteliti kemudian dijadikan kriteria-kriteria penelitian bagi pelanggan terhadap kinerja perusahaan.

Berdasarkan dari latar belakang masalah di atas maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “ ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI STASIUN KERETA API CIREBON”.

B. Batasan Masalah Penelitian

Untuk menghindari pembahasan yang menyimpang terlalu jauh dari pokok pembahasan maka peneliti akan membatasi permasalahan yang akan diteliti. Adapun batasan masalah yang dibuat penulis adalah sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan diukur dari lima variable kualitas yaitu keterandalan (*realibility*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*) dan bukti Langsung (*tangible*).

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas yang telah disampaikan maka masalah yang dihadapi adalah :

1. Bagaimana pengaruh variabel keterandalan (*realibility*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*) dan bukti Langsung (*tangible*), di Stasiun Cirebon terhadap kepuasan konsumen ?
2. Dari Variabel keterandalan (*realibility*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*) dan bukti Langsung (*tangible*) tersebut, variabel manakah yang pengaruhnya paling signifikan terhadap kepuasan konsumen di Stasiun Cirebon.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan yang diharapkan dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji pengaruh variable keterandalan (*realibility*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*) dan bukti Langsung (*tangible*), di Stasiun Cirebon terhadap kepuasan konsumen.
2. Untuk Mengetahui Variabel mana yang paling berpengaruh dari variable keterandalan (*realibility*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*) dan bukti Langsung (*tangible*), di Stasiun Cirebon terhadap kepuasan konsumen.

E. Manfaat Penelitian

Disamping tujuan penelitian seperti yang telah diuraikan di atas penelitian ini juga mempunyai manfaat antara lain sebagai berikut :

1. Bidang teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan bermanfaat dalam belajar memecahkan masalah secara ilmiah dan sistematis berdasarkan teori yang telah peneliti dapatkan selama menjalani perkuliahan.

2. Bidang praktik

Penelitian ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana pentingnya kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan dalam rangka menciptakan kepuasan pelanggan.