

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran jasa telah menjadi kajian dalam penelitian pemasaran yang cukup menantang dan semakin menarik untuk diteliti lebih mendalam. Salah satu yang paling intensif yang sering dilakukan para peneliti adalah pengujian kepuasan pelanggan dan *price acceptance* (Jasfar, 2003). Demikian pula halnya dengan studi tentang pengaruh yang positif antara kepuasan pelanggan dan *price acceptance* pada kereta api.

Dampak perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi sekarang ini dirasakan berpengaruh pada maju mundurnya perusahaan. Perusahaan yang peka terhadap perkembangan ini, akan terus berupaya menghasilkan produk atau jasa agar dapat diterima pelanggan. Dalam upaya memenuhi kebutuhan pelanggan, setiap perusahaan akan dihadapkan pada persaingan dengan perusahaan yang sejenis atau tidak sejenis. Oleh karena itu untuk memenangkan persaingan ini tergantung dari kemampuan perusahaan dalam mengendalikan dan memilih strategi pemasarannya yaitu memuaskan pelanggan.

Usaha memuaskan pelanggan, perusahaan lebih dahulu harus mengetahui keinginan dan kebutuhan pelanggan serta cara pelanggan bersikap terhadap produk atau jasa perusahaan. Perusahaan juga perlu mengetahui faktor-faktor yang dapat memberikan alasan seseorang membeli produk atau

jasa tertentu. Hal ini sebagai akibat dari kemajuan jaman sehingga menjadikan pelanggan semakin kritis dan selektif. Pelanggan hanya memilih produk atau jasa yang terbaik untuk memuaskan kebutuhannya.

Pada umumnya setiap perusahaan didirikan untuk mencari laba dari hasil usahanya yang berupa barang atau jasa. Dalam pencapaian laba tersebut maka pemasar memiliki peran yang sangat besar, bahkan menjadi faktor yang sangat menentukan. Perusahaan harus melakukan perencanaan dan pengembangan produk sebelum produk atau jasa dibuat. Hal tersebut harus benar-benar diperhatikan pemasar agar tujuan perusahaan dalam memuaskan kebutuhan pelanggan dapat tercapai. Perusahaan yang menerapkan konsep pemasaran menunjukkan bahwa pemuasan kebutuhan pelanggan merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan (Basu dan Hani, 1998: 6).

Falsafah tersebut tersirat bahwa faktor-faktor yang menentukan keuntungan perusahaan dalam jangka panjang adalah banyak sedikitnya kepuasan yang akan diterima oleh pelanggan dari produk atau jasa yang ditawarkan. Hal ini berarti perusahaan harus mendapatkan laba dengan cara memberikan kepuasan kepada pelanggan. Salah satu cara yaitu dengan mengetahui apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh pelanggan sehingga pelanggan membelinya.

Kereta api merupakan sebuah perusahaan jasa transportasi, sehingga pengelolaannya juga jauh berbeda dengan perusahaan jasa yang lain. Meskipun demikian, kereta api dalam operasionalnya tetap harus menerapkan

prinsip-prinsip dalam bidang pemasaran. Dalam hal ini kereta api tidak dapat melakukan dengan coba-coba tetapi harus pasti.

Bisnis jasa kereta api tidak luput dari adanya persaingan. Persaingan itu antara lain tentang kualitas pelayanan yang terdiri dari sikap karyawan kereta api, interior, pelayanan di kereta api, pertimbangan waktu, dan pelayanan umum (reservasi dan ruang tunggu). Persaingan tersebut terjadi dalam hal penawaran berbagai layanan yang menjadi andalan mutu dan daya tarik dari jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu perlu upaya secara terus menerus dari kereta api untuk dapat mempertahankan pelanggan dan mendapatkan pelanggan yang sebanyak-banyaknya. Dalam usaha mempertahankan pelanggan, kereta api harus terus berorientasi pada keinginan pelanggan termasuk siap menghadapi adanya perubahan. Dengan demikian kereta api akan dapat mempertahankan diri dalam pasarnya, bahkan dapat berkembang seperti yang diinginkan.

Kepuasan pelanggan yang meningkat akan dibarengi oleh meningkatnya *price acceptance*, sebagaimana yang telah dikemukakan sebelumnya. Dengan kata lain, semakin puas seseorang (pelanggan) terhadap suatu produk atau jasa, semakin tidak keberatan ia untuk membayar lebih mahal untuk produk tersebut. Jika hubungan antara kepuasan pelanggan dan *price acceptance* digambarkan, maka akan terbentuk kurva linear (Jasfar, 2003).

Oleh karena itu, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian tentang kepuasan pelanggan dan *price acceptance* pada penumpang kereta api eksekutif Lodaya Malam di Yogyakarta.

B. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini hanya memfokuskan pada kepuasan pelanggan dan *price acceptance*.
2. Variabel kepuasan pelanggan terdiri dari sikap karyawan, interior, pelayanan di kereta api, pertimbangan waktu dan pelayanan umum (reservasi dan ruang tunggu).
3. Obyek penelitian ini dilakukan di Stasiun Tugu Yogyakarta.
4. Subyek penelitian ini para penumpang kereta api eksekutif Lodaya Malam jurusan Yogyakarta – Bandung.
5. Waktu Penelitian September – Oktober 2006.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah variabel-variabel kepuasan pelanggan yang meliputi sikap karyawan, interior, pelayanan di kereta api, pertimbangan waktu, dan pelayanan umum secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *price acceptance* ?

2. Apakah variabel sikap karyawan berpengaruh signifikan terhadap *price acceptance*?
3. Apakah variabel interior berpengaruh signifikan terhadap *price acceptance*?
4. Apakah variabel pelayanan di kereta api berpengaruh signifikan terhadap *price acceptance*?
5. Apakah variabel pertimbangan waktu berpengaruh signifikan terhadap *price acceptance*?
6. Apakah variabel pelayanan umum berpengaruh signifikan terhadap *price acceptance*?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis variabel-variabel kepuasan pelanggan yang meliputi sikap karyawan, interior, pelayanan di kereta api, pertimbangan waktu, dan pelayanan umum secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *price acceptance*.
2. Untuk menganalisis variabel sikap karyawan berpengaruh signifikan terhadap *price acceptance*.
3. Untuk menganalisis variabel interior berpengaruh signifikan terhadap *price acceptance*.
4. Untuk menganalisis variabel pelayanan di kereta api berpengaruh signifikan terhadap *price acceptance*.

5. Untuk menganalisis variabel pertimbangan waktu berpengaruh signifikan terhadap *price acceptance*.
6. Untuk menganalisis variabel pelayanan umum berpengaruh signifikan terhadap *price acceptance*.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Mahasiswa

Dengan penelitian ini mahasiswa memperoleh pengetahuan tentang kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) dan *price acceptance*, serta mengaplikasikan ilmu teori-teori yang telah diperoleh pada saat kuliah.

2. Bagi Perkembangan Ilmu Pengetahuan

Dengan penelitian ini diharapkan hasilnya dapat digunakan untuk menambah dan memperluas ilmu pengetahuan tentang kepuasan pelanggan dan *price acceptance*, serta diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan acuan penelitian selanjutnya.