

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam kehidupan modern mengemudi merupakan salah satu keterampilan yang dapat memberikan banyak manfaat bagi setiap orang. Mengemudi merupakan kemampuan yang dapat digunakan oleh setiap orang untuk memperlancar aktifitasnya, selain itu mengemudi juga dapat dijadikan alat untuk memperoleh keuntungan. Pada zaman digital revolusi 4.0 saat ini mengemudi tidak lagi sebagai hal yang aneh akan tetapi telah menjadi bagian dari kehidupan modern. Oleh sebab itu baik laki-laki atau perempuan telah memiliki kemampuan mengemudi yang baik dan mendapatkan sim dari pihak berwajib.

Mengemudi dimaksudkan untuk kepentingan pribadi, khususnya sebagai alat untuk mengoptimalkan pengoperasian sarana transportasi yang digunakan, selain itu pengemudi juga dimaksudkan untuk dijadikan sebagai alat untuk memenuhi kebutuhan ekonomi. Menyadari banyaknya manfaat yang diberikan oleh aktifitas pengemudi, mendorong sejumlah praktisi dan pemodal untuk membangun dan mengkomersilkan kursus mengemudi. Salah satu kota yang memiliki banyak alternatif untuk kursus mengemudi adalah Kota Padang (Dexter, 2016). Didalam mengelola sebuah unit usaha jasa khususnya kursus pihak penyedia jasa harus berusaha mengutamakan kepuasan pelanggan atau peserta kursus

Menurut Tjiptono (2010) kepuasan merupakan kesesuaian antara harapan atau tingkat kepentingan dengan kenyataan atau kinerja yang dirasakan setelah

mendapatkan jasa. Kepuasan yang dirasakan peserta kursus mengemudi khususnya pada kursus mengemudi Ratu dapat diwujudkan ketika pelanggan merasa sudah mampu mengemudi dengan baik, selain itu janji dari pengelola kursus yang diutarakan di dalam brosur dapat dipenuhi oleh pengelola kursus. Kepuasan memiliki arti penting untuk menjaga eksistensi Ratu sebagai salah satu kursus mobil yang terpopuler. Kepuasan yang dirasakan peserta kursus akan diceritakan pada orang lain, sehingga akan menciptakan sugesti dalam diri individu yang mendengar cerita, ketika hal tersebut terjadi maka kecenderungan konsumen lainnya untuk menggunakan kursus mengemudi Ratu akan terus terjaga.

Sumarwan (2010) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan tidak muncul dengan sendirinya dalam hal ini kepuasan yang dirasakan pelanggan dalam menggunakan sebuah jasa tidak terbentuk dengan sendirinya akan tetapi dapat dipengaruhi oleh sejumlah variabel diantaranya adalah fasilitas dan kepercayaan pelanggan. Meningkatnya kelengkapan fasilitas dan menguatnya kepercayaan pelanggan dapat dijadikan sebagai jaminan kepuasan yang akan dirasakan pelanggan ketika memutuskan menggunakan jasa yang sama kembali.

Menurut Tjiptono (2012) fasilitas menunjukkan segala kelengkapan yang ditawarkan kepada pelanggan dari pihak yang menawarkan jasa. Fasilitas bertujuan meningkatkan kenyamanan yang dirasakan oleh pelanggan dalam menggunakan sebuah jasa. Semakin lengkap fasilitas akan lebih meningkatkan rasa puas dalam diri pelanggan yang menggunakan jasa. Fasilitas yang dimaksud

berkaitan dengan atribut tambahan yang bersifat melengkapi rasa puas yang dirasakan pelanggan dalam menggunakan sebuah jasa.

Sumarwan et al., (2012) mengungkapkan bahwa fasilitas yang ditawarkan oleh sebuah jasa kursus mengemudi meliputi tenaga pengajar yang berpengalaman, mobil pelatihan yang mewah dan dilengkapi dengan teknologi atau sistem terbaru, fasilitas parkir, ruang tunggu hingga adanya pengurusan administrasi mengemudi sejalan dengan selesainya program kursus dilakukan. Selain itu fasilitas yang ditawarkan ditempat kursus juga berkaitan adanya jam tambah mengemudi atau pun fasilitas lainnya yang dapat mendorong meningkatnya kepuasan pelanggan.

Rahman dan Yulianti (2017) mengungkapkan disamping fasilitas, meningkatnya kepuasan pelanggan juga dapat dipengaruhi oleh nilai kepercayaan yang dimiliki pelanggan dalam menggunakan jasa kursus mengemudi. Menurut Sumarwan dkk (2014) kepercayaan menunjukkan keyakinan yang dirasakan ketika menggunakan sebuah jasa, dan cenderung mempertahankan merek jasa yang sama ketika kebutuhan terhadap sebuah jasa kembali muncul. Kepercayaan terbentuk karena adanya pengetahuan yang lengkap tentang jasa serta adanya pengalaman positif yang dirasakan pelanggan dalam menggunakan jasa yang sama dimasa lalu.

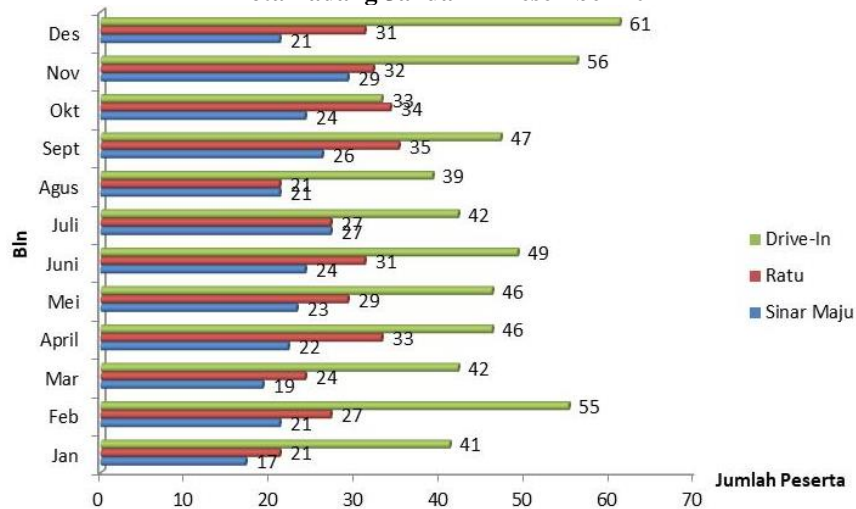
Kepercayaan yang dirasakan pelanggan dalam menggunakan kursus mengemudi berkaitan dengan nama baik kursus, tenaga pengajar yang digunakan, serta keamanan kendaraan operasional kursus untuk digunakan dalam kegiatan pelatihan. Kepercayaan juga mengisyaratkan adanya aktifitas yang telah dilakukan berulang kali dalam menggunakan sebuah jasa. Bagi pelanggan kepercayaan

merupakan jaminan yang akan mendorong mereka kembali mendapatkan kepuasan ketika mereka memutuskan menggunakan merek jasa yang sama dalam jangka waktu tertentu.

Kursus mengemudi di Kota Padang tumbuh dengan subur, karena diyakini memberikan keuntungan yang optimal bagi pengelolanya. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) Sumatera Barat kursus mengemudi yang ada di Kota Padang mampu menciptakan lapangan pekerjaan baru bagi pencari kerja, dan berkontribusi untuk mengurangi pengangguran hingga 1.2%. Keberadaan kursus mengemudi juga sangat membantu masyarakat khususnya dalam menambah skill mengemudi dan mempelajari rambu rambu hingga pengurusan surat izin mengemudi. Di Kota Padang terdapat beberapa kursus mengemudi yang memiliki nama besar seperti Sinar Maju Jaya, Ratu, hingga *Drive-In*.

Dari beberapa nama kursus mengemudi yang dikenal di Kota Padang. Kursus mengemudi Ratu adalah salah satu yang telah memiliki reputasi yang tinggi. Pada saat ini kursus mengemudi Ratu memiliki tiga cabang yaitu di Jalan Perintis Kemerdekaan, Jalan Marapalam dan Jalan baypass Padang. Banyaknya kursus mengemudi yang muncul di Kota Padang diduga mempengaruhi jumlah peserta mengemudi pada kursus mengemudi Ratu Berdasarkan data yang peneliti peroleh diketahui rata-rata jumlah peserta bulanan pada beberapa kursus mengemudi di Kota Padang terlihat pada Tabel 1 dibawah ini:

Tabel 1
Rata Rata Jumlah Peserta Bulanan Beberapa Kursus Mengemudi
Di Kota Padang Januari – Desember 2017



Sumber: Survey Ikatan Jasa Transportasi Sumatera Barat (2018)

Pada gambar 1 terlihat bahwa jumlah peserta kursus mengemudi Ratu masih berada dibawah kursus mengemudi Drive-In. Berdasarkan gambar terlihat terjadi fluktuasi jumlah peserta pada kursus pengemudi Ratu. Dimana terlihat pada Januari 2017 jumlah rata rata peserta pada bulan Januari berjumlah 21 orang, mengalami peningkatan pada bulan Februari menjadi 27 orang, mengalami peningkatan hingga Bulan April menjadi 33 orang, akan tetapi pada bulan Mei terjadi penurunan jumlah peserta kursus menjadi 29 orang. Kecenderungan berfluktuasinya jumlah peserta kursus mengemudi pada kursus mengemudi Ratu terus terjadi hingga bulan Desember, pada akhir tahun tercatat jumlah peserta kursus menjadi 31 orang.

Berfluktuasinya jumlah peserta kursus mengemudi pada kursus mengemudi Ratu menunjukkan begitu selektifnya masyarakat untuk mencari kursus mengemudi berkualitas, mengingat pada saat ini jumlah kursus mengemudi berkualitas yang menawarkan berbagai kemudahan dalam belajar dan mengurus

administrasi perizinan mengemudi semakin banyak. Kompetisi persaingan antara satu kursus mengemudi dengan kursus mengemudi lainnya mendorong pihak pengelola untuk berusaha meningkatkan nilai kepuasan yang dirasakan oleh peserta kursus. Semakin menurunnya kepuasan yang dirasakan para peserta kursus dalam menggunakan jasa kursus Ratu mendorong konsumen mencari kursus lain yang lebih menjanjikan kepuasan. Jika kondisi tersebut terus dibiarkan maka akan dapat merusak eksistensi kursus mengemudi Ratu.

Berdasarkan uraian ringkas latar belakang masalah, terlihat bahwa fasilitas dan kepercayaan menjadi elemen penting yang dapat mendorong terbentuknya kepuasan pelanggan, akan tetapi penilaian terhadap kelengkapan fasilitas, munculnya kepercayaan dan adanya nilai kepuasan dalam diri masing masing individu relatif berbeda beda antara satu dengan yang lain. Oleh sebab itu peneliti tertarik untuk membuat sebuah penelitian baru yang akan membahas sejumlah variabel yang akan mempengaruhi kepuasan pelanggan khususnya dalam menggunakan salah satu jasa kursus mengemudi di Kota Padang. Penelitian ini bersifat empiris dan memiliki judul lengkap: **Analisis Pengaruh Fasilitas dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen dalam Menggunakan Kursus Mengemudi Ratu Padang.**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan kepada uraian ringkas latar belakang masalah, peneliti mengajukan sejumlah pernyataan yang akan dibuktikan dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan jumlah dan uraian perumusan masalah, tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah:

1. Membuktikan dan menganalisis pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen menggunakan kursus mengemudi Ratu di Kota Padang.
2. Membuktikan dan menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan konsumen menggunakan kursus mengemudi Ratu di Kota Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

Sesuai dengan uraian tujuan penelitian diharapkan hasil yang diperoleh dalam penelitian ini dapat memberikan manfaat positif bagi.

1. Pengelola kursus Ratu, hasil yang diperoleh dalam penelitian ini dapat dijadikan alat atau referensi yang dapat mendorong menguatnya kepuasan yang dirasakan pelanggan dalam menggunakan kursus mengemudi Ratu Padang.
2. Akademisi, hasil yang diperoleh dalam penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan atau referensi bagi peneliti dimasa mendatang yang juga tertarik membahas permasalahan yang sama.

BAB II

LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Kepuasan

2.1.1 Definisi Kepuasan

Menurut Kotler dan Keller (2009) kepuasan terbentuk dari kualitas jasa yang dapat diidentifikasi dari lima kesenjangan yaitu kesenjangan antara harapan dengan persepsi konsumen, kesenjangan antara persepsi manajemen dengan spesifikasi jasa, kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dengan penghantaran jasa, kesenjangan antara penghantaran jasa dengan komunikasi internal serta kesenjangan antara jasa anggapan dan jasa yang diharapkan. Kepuasan akan terbentuk ketika terjadi kesesuaian antara tingkat kepentingan dengan jasa yang dihantarkan atau dirasakan.

Menurut Tjiptono (2010) kepuasan merupakan kesesuaian antara tingkat kepentingan dengan kinerja yang dirasakan oleh konsumen pada saat menggunakan produk atau jasa tertentu. Kepuasan maksimal tentu akan dapat dirasakan konsumen ketika kinerja yang dirasakan dalam menggunakan sebuah produk jauh melebihi harapan yang diharapkan. Kesesuaian yang dirasakan secara terus menerus mendorong munculnya komitmen dalam diri individu untuk terus menggunakan jasa atau produk dengan merek yang sama secara berulang ulang.

Berdasarkan uraian ringkas landasan teori maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan merupakan kesesuaian yang dirasakan konsumen ketika menggunakan sejumlah jasa atau produk tertentu. Konsistensi kepuasan yang dirasakan dalam