**BAB I**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Latar Belakang Masalah**

Perusahaan jasa transportasi merupakan salah satu bentuk perusahaan yang berusaha menciptakan kepuasan konsumen dan meningkatkan loyalitas konsumen, oleh karena itu untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen perusahaan harus tanggap akan kualitas pelayanan yang diberikan dan memperhatikan kesesuaian tarif (harga tiket) dengan yang diharapkan oleh konsumen. Salah satu perusahaan jasa transportasi massal di Indonesia adalah kereta api. Industri perkeretaapian saat ini dikelola sepenuhnya oleh negara sebagai sebuah perusahaan layanan publik dengan nama PT. Kereta Api Indonesia (Persero) yang disingkat dengan PT. KAI (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 1992 Tentang Perkeretaapian Bab 3 Pasal 4).

Semakin banyaknya jenis moda transportasi yang dapat digunakan oleh masyarakat akan diiringi dengan persaingan antar moda tersebut dalam memberikan pelayanan terbaiknya kepada masyarakat. Semakin tingginya tingkat persaingan, akan menyebabkan pelanggan menghadapi lebih banyak alternatif produk, harga dan kualitas yang bervariasi, sehingga pelanggan akan selalu mencari nilai yang dianggap paling tinggi dari beberapa produk (Kotler, 2005). Pada jalur yang menghubungkan Kota Padang dengan Kota Pariaman, Sumatera Barat, kereta api merupakan salah satu moda alternatif selain bus dan mobil angkutan umum. Saat ini jalur tersebut dilayani oleh PT. Kereta Api Indonesia (persero) Divisi Regional II Sumatera Barat dengan pengoperasian kereta api Sibinuang kelas ekonomi yang beroperasi 4 (empat) kali perjalanan setiap hari dengan harga tiket untuk kelas ekonomi Rp. 2.500 dalam satu kali perjalanan dan kereta api Dang Tuanku yang beroperasi pada hari Sabtu dan Minggu serta hari libur nasional dengan harga tiket kereta kelas ekonomi Rp. 13.000 dan untuk kelas eksekutif Rp. 18.000 dalam satu kali perjalanan.

Perkembangan tehnologi dan kemajuan zaman saat ini mendorong permintaan (*demand*) masyarakat yang semakin tinggi terhadap kualitas dan kuantitas layanan transportasi publik. Oleh karena itu PT. KAI sebagai salah satu perusahaan layanan transportasi publik seharusnya menjaga keseimbangan permintaan dan penawaran tersebut dengan meningkatkan kualitas pelayanan baik secara fisik maupun non-fisik untuk menjaga agar penumpang tetap loyal mengguanakan jasa kereta api khususnya di Kota Padang. Ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam meningkatkan pelayanannya dan menghadapi persaingan, seperti kecepatan operasi, mengurangi keterlambatan kereta, frekuensi pelayanan, tarif kereta, pelayanan informasi, merevitalisasi jalur non-aktif kereta api Padang Panjang-Bukit Tinggi-Payakumbuh-Limbanang, dan membangun jalur baru yang menghubungkan antar kota serta membangun jalur monorail di sekeliling Kota Padang dan Bukit Tinggi, dan meningkatkan keamanan dan kenyamanan para penumpang sehingga akan dicapai tingkat pelayanan yang optimal. Karena di Kota Padang sendiri keinginan masyarakat untuk mengguanakan jasa kereta api terlihat sangat positif. Melihat fenomena yang terjadi dan data-data yang berhubungn dengan loyalitas penumpang yang terindikasi dari lonjakan penumpang kereta api di Kota Padang, dapat dilihat pada table 1.1 berikut ini:

**Tabel 1.1**

**Rekapitulasi Jumlah Penumpang dan Persentasi Peningkatan Jumlah Penumpang/Bulan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) DIVRE II SUMBAR, 2013**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Bulan** | **Tahun 2013** | **Persentase (%) peningkatan/bulan jumlah penumpang PT. KAI** |
| **Jumlah Penumpang** |
| **Eko** | **Eks** | **Eko** | **Eks** |
| **Naik** | **Turun** | **Naik** | **Turun** |
| 1 | Januari | 2.888.238 | 95.555 | - | - | - | - |
| 2 | Februari | 2.867.883 | 103.584 | - | 0,71 | 8,40 | - |
| 3 | Maret | 3.075.231 | 96.452 | 7,23 | - | - | 6,88 |
| **Total Triwulan I** | **8.831.352** | **295.591** | **-** | **-** | **-** | **-** |
| 4 | April | 3.912.879 | 87.953 | 27,23 | - | - | 9,09 |
| 5 | Mei | 3.998.560 | 96.773 | 2,18 | - | 10,02 | - |
| 6 | Juni | 4.021.211 | 76.976 | 0.56 | - | - | 20,45 |
| **Total Triwulan II** | **11.932.650** | **261.702** | **35,11** | **-** | **-** | **11,46** |
| **Semester I** |
| 7 | Juli | 3.567.883 | 103.584 | - | 11,27 | 34,56 | - |
| 8 | Agustus | 3.798.564 | 96.773 | 6,46 | - | - | 6,57 |
| 9 | September | 5.866.443 | 105.357 | 54,43 | - | 8,87 | - |
| **Total Triwulan III** | **13.232.890** | **305.714** | **10,89** | **-** | **16,81** | **-** |
| 10 | Oktober | 3.321.976 | 103.584 | - | 43,37 | - | 1,68 |
| 11 | November | 3.932.652 | 91.529 | 18,38 | - | - | 11,63 |
| 12 | Desember | 4.903.422 | 98.071 | 24,68 | - | 7,14 | - |
| **Total Triwulan IV** | **12.158.023** | **293.184** | **-** | **8,12** | **-** | **4,27** |
| **Semerter II** |

*Sumber: Unit Komersil PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat.*

Dari data tabel 1.1 menunjukkan realisasi program kerja PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat selama priode Januari - Desember 2013. Pada tabel tersebut terlihat terjadi fluktuasi jumlah penumpang pada setiap bulannyan, namun terlihat lebih cenderung meningkat, pada triwulan pertama (Januari, Februari, Maret) jumlah penumpang kereta kelas ekonomi berjumlah 8.831.352 orang, sedangkan kelas eksekutif 295.591 orang. Pada triwulan kedua (April, Mei, Juni) terjadi peningkatan jumlah penumpang pada kereta kelas ekonomi sebesar 35,11 % dengan total penumpang 11.932.650 orang, sedangkan pada kereta kelas eksekutif mengalami penurunan sebesar 11,46 % dengan total jumlah penumpang 261.702 orang. Kemudian terlihat pada tabel triwulan ketiga (Juli, Agustus, September) kereta kelas ekonomi maupun kelas eksekutif mengalami peningkatan dengan perbandingan kelas ekonomi naik sebesar 10, 89 % dengan total penumpang 13.232.890 orang dan kelas eksekutif naik sebesar 16,81 % dengan total penumpang 305.714 orang. Sedangkan pada triwulan keempat (Oktober, November, Desember) kereta kelas ekonomi mengalami penurunan sebesar 8,12 % dengan total penumpang 12.158.023 orang, sedangkan kelas eksekutif mengalami penurunan sebesar 4,27 % dengan total jumlah penumpang 293.184 orang.

Terjadinya fluktuasi ini akan berakibat terhadap naik turunnya omset PT. Kereta Api, hal ini bisa menjadi acuan bagi perusahaan untuk menyusun langkah baru, yaitu perbaikan kualitas pelayanan dan memperbaiki metode penetapan harga sehingga diharapkan dapat meningkatkan kepuasan para penumpang yang akan berpengaruh terhadap loyalitas penumpang PT. Kereta Api. Fenomena ini memberikan indikasi bahwa penumpang kereta api masih tergoda untuk menggunakan moda transportasi lainnya, sehingga loyalitas penumpang dianggap masih belum cukup baik.

Loyalitas yang dimaksud didalam penelitian ini adalah seberapa sering atau banyak konsumen menggunakan dan loyal terhadap jasa kereta api tersebut. Oliver (1997) yang di kutip dalam Kotler dan Keller (2009) menyatakan bahwa loyalitas merupakan sebagai komitmen yang di pegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih. Loyalitas konsumen secara umum dapat diartikan sebagai kesetiaan konsumen terhadap suatu produk, baik barang maupun jasa tertentu. Loyalitas konsumen merupakan manifestasi dan kelanjutan dari kepuasan konsumen dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan, serta untuk tetap menjadi konsumen dari perusahaan tersebut.

Dapat dikatakan bahwa loyalitas pelanggan tidak mungkin tercipta tanpa adanya nilai yang diberikan perusahaan kepada konsumen, perusahaan dapat memberikan nilai dengan menyediakan produk-produk yang baik dengan harga murah. Oleh karena itu kualitas layanan dan penetapan harga yang baik akan menyebabkan konsumen puas dan menjadi sukar untuk berpindah kepada produk yang lain, sehingga konsumen akan menjadi loyal. Konsumen yang memiliki tingkat kepuasan yang tinggi akan memiliki loyalitas.

Sedangkan kepuasan yang dimaksud didalam penelitian ini adalah perasaan senang atau kecewa dari konsumen yang timbul setelah membandingkan harapan terhadap produk yang digunakan. Menurut Vikas (2011) dalam Hasan (2013) Kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor penentu kesetiaan pelanggan. Kotler dan Keler (2009) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Perusahaan harus mampu memenuhi dari harapan yang digantungkan konsumen kepada perusahaan agar senantiasa terciptanya rasa puas pada diri konsumen, untuk meciptakan kepuasan perusahaan harus mampu menyediakan produk yang berkualitas dengan harga yang murah.

Kualitas layanan didefenisikan sebagai penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh (Zeithaml,1998) dalam Albertus dan Yoestini (2012). Kualitas pelayanan berkaitan erat dengan persepsi pelanggan tentang mutu suatu usaha. Perusahaan perlu meningkatkan kualitas jasa untuk mengembangkan loyalitas pelanggannya, karena produk atau jasa yang berkualitas rendah akan menanggung risiko pelanggan tidak setia. Jika kualitas diperhatikan, maka loyalitas pelanggan akan lebih mudah diperoleh. Semakin baik pelayanan yang akan mempengaruhi tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan sehingga usaha tersebut akan dinilai semakin bermutu. Sebaliknya apabila pelayanan yang diberikan kurang baik dan memuaskan, maka usaha tersebut juga dinilai kurang bermutu. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan pelanggan sesuai atau bahkan melebihi harapan pelanggan, maka pelayanan tersebut dianggap berkualitas dan memuaskan dan sebaliknya.

Menurut Hasan (2013) kewajaran harga dapat pula ditetapkan dengan tujuan mencegah masuknya pesaing, mempertahankan loyalitas konsumen, menghindari campur tangan pemerintah dan mendukung untuk terjadinya pembelian ulang. Hasan (2013) harga merupakan segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayaan dari suatu produk. Harga dapat pula ditetapkan dengan tujuan mencegah masuknya pesaing, membangun dan mempertahankan loyalitas pelanggan, mendukung penjualan ulang, atau menghindari campur tangan pemerintah. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa loyalitas dapat dipengaruhi oleh kepuasan. Kemudian kepuasan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan harga juga dapat mempengaruhi kepuasan, jadi jelaslah bahwa kepuasan bisa berperan sebagai variabel *intervening* antara kualitas pelayanan dan harga terhadap loyallitas penumpang.

Berdasarkan kepada uraian latar belakang masalah, peneliti tertarik untuk menggabungkan penelitian yang telah dilakukan Dwi dan Febrina (2010) yang pada penelitian tersebut ditemukan pertama; adanya hubungan yang positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan, kedua; hubungan yang positif antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas, ketiga; terdapat pengaruh yang positif antara kepuasan terhadap loyalitas . Sedangkan pada penelitiaan yang dilakukan Suwarni dan Septina (2011) diketahui bahwa pertama; terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan, kedua; terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan terhadap loyalitas, dan penelitian yang dilakukan oleh Febri dan Edy (2012) menemukan bahwa harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas. Dari penelitian-penelitian terdahulu tersebut peneliti mencoba untuk menggabungkan ketiga penelitian tersebut, dan melakukan penelitian kembali dengan judul penelitian **”ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PENUMPANG KERETA API DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*. (Studi kasus pada penumpang PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat)”.**

Berdasarkan judul penelitian yang dibuat diatas maka penelitian ini bertujuan untuk mengkaji lebih jauh mengenai pengaruh kualitas pelayanan *(service quality)* dan harga (*price)* terhadap kepuasan penumpang (*customer satisfaction)* dalam membangun loyalitas penumpang (*customer loyalty*) dengan menjadikan penumpang PT. Kereta Api Indonesia (Persero) divisi regional II Sumatera Barat sebagai objek penelitian didasari oleh fenomena yang timbul dikalangan penumpang kereta api di Kota Padang.

* 1. **Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, masalah pokok yang diangkat dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas penumpang kereta api di Kota Padang ?
2. Apakah harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas penumpang kereta api di Kota Padang ?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penumpang kereta api di Kota Padang ?
4. Apakah harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penumpang kereta api di Kota Padang ?
5. Apakah kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas penumpang kereta api di Kota Padang ?
6. Apakah kepuasan berperan sebagai variabel *intervening* antara kualitas pelayanan dan loyalitas penumpang kereta api di Kota Padang ?
7. Apakah kepuasan berperan sebagai variabel *intervening* antara harga dan loyalitas penumpang kereta api di Kota Padang ?
	1. **Tujuan Penelitian**

Dari perumusan masalah tersebut dapat dijelaskan Penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas penumpang kereta api di Kota Padang.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas penumpang kereta api di Kota Padang.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang pada kereta api di Kota Padang.
4. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan penumpang kereta api di Kota Padang.
5. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap loyalitas penumpang kereta api di Kota Padang.
6. Untuk mengetahui peran kepuasan penumpang sebagai variabel *intervening* pada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas penumpang kereta api di Kota Padang.
7. Untuk mengetahui peran kepuasan penumpang sebagai variable *intervening* pada pengaruh antara harga terhadap loyalitas penumpang kereta api di Kota Padang.
	1. **Manfaat Penelitian**

Penelitian ini berguna untuk :

1. Perkembangan Ilmu Pengetahuan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi wawasan serta menambah khasanah kepustakaan khususnya di bidang pemasaran

1. Perusahaan

Penelitian ini diharapkan akan menghasilkan informasi yang bermanfaat sebagai bahan evaluasi terhadap efektifitas dan efisiensi dalam menerapkan strategi pemasaraan yang efektif dan meningkatkan loyalitas konsumen, juga sebagai bahan informasi dan masukan bagi pihak PT. Kereta Api Indonesia (Persero) divisi regional II Sumatera Barat, rute Padang-Padang Pariaman untuk lebih memahami sejauh mana peranan kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan penumpang, serta pengaruh dan hubungannya terhadap tingkat kepercayaan penumpang dalam meningkatkan loyalitas penumpang PT. KAI (Persero) khususnya divisi regional II Sumatera Barat rute Padang-Padang Pariaman.