

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Kebutuhan pelanggan pada saat sekarang sangat beraneka ragam, contohnya saja pada jasa transportasi. Hal ini tentunya membuat para pengusaha berlomba untuk memberi yang terbaik kepada Pelanggannya, dimana para penyedia jasa transportasi bersaing dalam mendapatkan loyalitas dari pelanggan agar mereka bersedia menggunakan jasa yang telah disediakan secara terus menerus. Demi mendapatkan loyalitas pelanggan tentunya perusahaan harus memberikan pelayanan yang sangat baik pada pelanggannya (Nelson, 1974).

Faktanya dengan kualitas layanan yang sangat baik akan menciptakan hubungan yang baik pula dengan pelanggan, selain itu perusahaan juga harus dapat menetapkan harga yang sesuai dengan pelayanan agar pelanggan bisa merasa puas dan merasa sesuai atas apa yang telah mereka bayar. Maka dari itu dengan memberikan pelayanan yang baik dan harga yang terjangkau akan dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan dan akan membuat pelanggan loyal serta dapat membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan (Berry, 1995; Goff et al, 1997).

Loyalitas merupakan satu-satunya nilai yang diciptakan perusahaan dengan membangun nilai yang berasal dari pelanggan yang merupakan semua nilai perusahaan sekarang dan di masa depan (Kotler & Keller, 2009). Sedangkan menurut Cannon (2008) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan didefinisikan

sebagai besarnya kemungkinan pelanggan membeli kembali dan kesediaan mereka untuk menjadi partner perusahaan.

Kemudian menurut Tjiptono & Chandra (2012) menyatakan bahwa kualitas layanan mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelanggan. Adapun kualitas layanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan (Lupiyoadi, 2011).

Sedangkan menurut Kotler dan Amstrong (2012) mendefinisikan harga sebagai jumlah uang yang dibebankan untuk produk atau jasa, atau keseluruhan nilai yang pelanggan tukarkan untuk memiliki atau menggunakan manfaat dari produk atau jasa. Dan harga mempunyai peran penting bagi perusahaan, karena harga mempunyai pengaruh terhadap kemampuan perusahaan dalam bersaing dengan perusahaan lainnya (Kotler & Amstrong, 2008).

Selanjutnya menurut Hansen & Mowen (2006) kepuasan konsumen (*consumer satisfaction*) didefinisikan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang dan jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Kemudian kepuasan konsumen merupakan respon konsumen terhadap ketidak sesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian (Rangkuti, 2014).

Adapun saat ini banyak sekali usaha yang berhubungan dengan kualitas pelayanan seperti dalam bidang jasa transportasi khususnya di kota padang. Akan tetapi sangat sedikit yang dapat memberikan standar kualitas pelayanan yang baik, pelayanan yang buruk seperti ketidak ramahan karyawan dalam melayani

pelanggan serta mobil yang umur ekonomisnya sudah habis akan tetapi masih tetap dioperasikan, membuat pelanggan menjadi tidak nyaman yang pada akhirnya apabila dibiarkan akan menimbulkan masalah yang besar bagi perusahaan. Selain kualitas pelayanan yang buruk, praktek pencaloan karcis ataupun agen marak terjadi karena biasanya agen atau calo karcis memungut biaya tambahan kepada pelanggan (sumbar.bps.go.id).

Salah satu jasa transportasi antar provinsi yaitu PT. Kurnia Indah Travel, merupakan salah satu badan usaha yang mengkonsentrasikan salah satu bidang usahanya di sektor industri jasa transportasi. PT. Kurnia Indah Travel berlokasi di jalan raya ampang. Rute yang ditempuh yaitu Padang – Tembilihan, Padang – Rengat, dan Padang – Teluk Kuantan. PT. Kurnia Indah Travel sendiri dalam memenuhi dan memuaskan keinginan pelanggannya telah berupaya menyediakan armada/bus-bus sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

**Tabel 1.1**  
**Tabel Perbandingan Pelanggan Kurnia Indah Travel Padang, Armada**  
**Travel Padang dan Baruna Travel Padang Periode Januari - Juni 2018**

Bulan	Jumlah pelanggan Kurnia Indah Travel (Orang)	Jumlah pelanggan Armada Travel (Orang)	Jumlah pelanggan Baruna Travel (Orang)	Market Share (%)		
				Kurnia Indah Travel	Armada Travel	Baruna Travel
Januari	342	178	185	48,51	25,24	26,24
Februari	274	204	230	34,01	29,65	36,33
Maret	234	227	250	37,48	31,05	31,46
April	257	253	286	32,28	31,78	35,93
Mei	178	272	305	23,57	36,02	40,40
Juni	287	281	323	32,21	31,53	36,25

*Sumber: Kurnia indah travel, Armada Travel dan Baruna Travel Padang 2018*

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa objek yang diteliti yaitu Kurnia Indah Travel memiliki jumlah penumpang terbanyak pada bulan januari yaitu sebanyak 342 penumpang, sedangkan objek pembanding sama sama memiliki jumlah penumpang terbanyak pada bulan juni yaitu pada Armada Travel sebanyak 281 penumpang dan pada Baruna Travel sebanyak 323 penumpang.

Dan pada objek peneliti jumlah penumpang paling sedikit terjadi pada bulan mei yaitu ada 178 penumpang, Armada Travel memiliki jumlah penumpang paling sedikit pada bulan januari yaitu ada 178 penumpang, Baruna Travel pun demikian jumlah penumpang paling sedikitnya terjadi pada bulan januari dengan 185 penumpang.

Selanjutnya jika dilihat berdasarkan survey awal dapat dilihat pada tabel 1.2 di bawah ini :

**Tabel 1.2**

**Survei Awal Terhadap 30 orang Responden Kurnia Indah Travel**

No	Pernyataan	Jumlah Responden	Jawaban		Persentase(%)	
			Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	Kualitas pelayanan yang diberikan Kurnia indah travel cukup baik.	30	14	16	46,66	53,33
2	Harga yang ditawarkan terjangkau.	30	13	17	43,33	56,66
3	Anda puas menggunakan jasa Kurnia indah travel.	30	12	18	40	60
4	Anda menggunakan layanan jasa Kurnia indah travel berulang kali.	30	13	17	43,33	56,66

*Sumber: Survey Awal pada pelanggan Kurnia indah travel.*

Berdasarkan dari tabel 1.2 dapat dilihat dari 4 item pernyataan yang dijawab oleh responden, semua item pernyataan tersebut mengenai variabel yang akan

diteliti oleh peneliti. Hanya pada item pernyataan pertama yaitu mengenai kualitas pelayanan yang mendapat jawaban “ya” tertinggi dengan persentase 46,66%, sedangkan item mengenai harga dan loyalitas hanya 43,33%, dan yang terendah ialah pada item mengenai kepuasan yang hanya sebesar 40%. Hal ini menunjukkan bahwa masih banyak responden yang belum merasa puas terhadap layanan yang diberikan serta pada harga yang ditawarkan sehingga akan menghambat loyalitas dari konsumen Kurnia Indah Travel.

Maka dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan harga yang telah diberikan Kurnia Indah Travel kota padang belum dapat di katakan “baik” atau bisa juga dikatakan “belum puas” karena masih banyak responden yang menjawab “tidak” daripada yang menjawab “ya”.

Berdasarkan uraian di atas, maka hal inilah yang membuat penulis untuk membahas lebih jauh dengan memilih judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening pada Kurnia Indah Travel Kota Padang”**

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian dan latar belakang masalah di atas, maka dapat di kemukaakan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Kurnia Indah Travel Kota Padang?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Kurnia Indah Travel Kota Padang?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pada Kurnia Indah Travel Kota Padang?

4. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pada Kurnia Indah Travel Kota Padang?
5. Apakah kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Kurnia Indah Travel Kota Padang?
6. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan sebagai variabel intervening pada Kurnia Indah Travel Kota Padang?
7. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan sebagai variabel intervening pada Kurnia Indah Travel Kota Padang?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian rumusan masalah di atas, maka dapat di kemukakan tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Kurnia Indah Travel Kota Padang
2. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pada Kurnia Indah Travel Kota Padang
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pada Kurnia Indah Travel Kota Padang
4. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pada Kurnia Indah Travel Kota Padang
5. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan pada Kurnia Indah Travel Kota Padang

6. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan sebagai variabel intervening pada Kurnia Indah Travel Kota Padang
7. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan sebagai variabel intervening pada Kurnia Indah Travel Kota Padang

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan informasi dan masukan bagi PT Kurnia Indah Travel untuk lebih memahami sejauh mana peranan kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan terhadap pelanggan.

2. Bagi Akademis

Sebagai sumbangan konseptual, bahan informasi dan pengayaan bagi pengembangan kajian ilmu pengetahuan khususnya ilmu manajemen mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi.