

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Transportasi merupakan proses pemindahan barang serta manusia dimulai dari tempat asal sampai ke tempat tujuan. Transportasi bukanlah dari sebuah tujuan, tetapi melainkan sarana untuk dapat bisa mencapai tujuan dan berusaha mengatasi kesenjangan jarak dengan waktu. Transportasi atau bisa disebut sebagai pengangkutan merupakan sebuah bidang kegiatan penting dalam kehidupan masyarakat terutama di negara Indonesia. Pentingnya transportasi untuk bagi masyarakat disebabkan berbagai faktor seperti danau, sungai, dan perairan yang memungkinkan pengangkutan dapat dilakukan melalui perairan, darat yang dapat menjangkau seluruh wilayah yang ada Indonesia. Selain itu pentingnya transportasi bisa dilihat dari berbagai segi dalam kehidupan masyarakat, yaitu manfaat politis, mafaat ekonomi, manfaat sosial, dan manfaat kewilayahan.

Hal lain yang lebih penting dengan kebutuhan alat transportasi antara lain seperti keamanan, dan kenyamanan Oleh karena itu kegiatan tersebut perlu untuk di berikan sebuah arahan agar dapat terwujud sistem transportasi yang memiliki kemampuan yang tinggi, aman, nyaman, lancar, nyaman, efisien, selamat dalam menunjang dan sekaligus menggerakkan dinamika pembangunan, mendukung mobilitas manusia, barang, jasa serta mendukung pola distribusi. Terwujudnya siste sportasi diikuti dengan perkembangan

transportasi yang menjadi lebih modern seiring dengan perkembangan teknologi yang diciptakan oleh manusia. Berkaitan dengan perkembangan manusia yang semakin maju, kemajuan transportasi memiliki peran signifikan diberbagai aspek seperti aspek sosial, ekonomi, lingkungan dan politik. Kemajuan bisnis transportasi di negara ini sudah mengalami kemajuan yang begitu pesat. Hal ini sejalan dengan semakin ramainya permintaan konsumen untuk menggunakan biro jasa transportasi yang tentu akan membuat banyak bermunculan usaha-usaha biro jasa transportasi.

Bagi masyarakat yang ingin pergi dari satu tempat ke tempat tempat lain untuk melakukan kegiatan tertentu tanpa menggunakan transportasi pribadi maka jasa transportasi umum atau biro jasa perjalanan transportasi menjadi sarana transportasi pilihan. Biro jasa perjalanan transportasi atau yang biasa disebut masyarakat luas dengan travel adalah jasa pelayanan transportasi antar daerah dengan menggunakan minibus berkapasitas 8 - 15 orang. Travel bisa dianggap sebagai salah satu transportasi antar daerah yang bisa dikatakan lebih nyaman dibanding dengan transportasi kereta dan bus. Ini merupakan pasar yang cukup baik bagi bisnis transportasi khususnya penyedia jasa travel. Di jepara sendiri telah banyak terdapat biro atau perusahaan jasa travel, belum lagi biro jasa travel dari luar Jepara yang mulai

masuk kepasar jepara. Pada tabel 1.1 adalah jumlah armada Travel dan rata-rata jumlah penumpang perbulan pada tahun 2019 sebagai berikut :

**Tabel 1.1 Data Jumlah Armada Travel dan Rata – Rata Jumlah Penumpang Per Bulan**

Nama Perusahaan	Jumlah Unit Armada	Rata – Rata Jumlah Penumpang	Presentase
-----------------	--------------------	------------------------------	------------

		Per Bulannya	
Kencana Travel	10 unit	8.400	20,82%
Rimba Raya	8 unit	6.720	16,66%
Alloy Travel	5 unit	5.000	12,39%
Bejeu Travel	8 unit	4.000	9,91%
Noe Travel Jepara	5 unit	4.000	9,91%
Daytrans Travel	4 unit	3.360	8,33%
Rama Sakti Travel	4 unit	3.000	7,44%
Putra Mandiri	3 unit	2.520	6,25%
Penama Travel	3 unit	2.500	6,20%
Kartika Travel Jepara	2 unit	840	2,08%

*Sumber : Data Kencana Travel, Rimba Raya, Alloy Travel, Bejeu Travel, Noe Travel Jepara, Daytrans Travel, Rama Sakti Travel, Putra Mandiri, Penama Travel, dan Kartika Travel Jepara (2019)*

Berdasarkan tabel 1.1 data dari jumlah unit armada travel paling banyak adalah Kencana Travel yaitu sebanyak 10 unit armada dan presentase rata-rata jumlah penumpang travel perbulannya yang paling tinggi adalah Kencana Travel yaitu sebanyak 20,82%. Sejalan dengan semakin maraknya pengguna biro jasa perjalanan transportasi atau travel, maka dari itu kepuasan konsumen sangat berperan penting dalam hal merebut pasar. Terdapat faktor-faktor yang bisa mempengaruhi kepuasan konsumen diantaranya kuitas peayanan, fasilitas yang diberikan dan kepercayaan. Suatu kuitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen sangat berperan penting untuk membuat apakah konsumen akan merasa puas dan terus berlangganan atau tidak. Hermawan (2011) mengatakan untuk memenuhi pasar maka sebuah perusahaan harus memperhatikan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan, sehingga seorang konsumen akan merasa terpuaskan atas apa yang

telah didapatkannya. Selain itu kepuasan konsumen akan tercapai apabila kualitas produk dan jasa yang diberikan sesuai dengan kebutuhannya (Munawaroh, 2005). Kualitas pelayanan yang rendah akan menimbulkan ketidakpuasan pada pelanggan, tidak hanya pelanggan mengkonsumsi langsung tapi juga berdampak pada orang lain. Karena pelanggan yang kecewa akan bercerita paling sedikit kepada 15 orang lainnya (Aryani dan Rosinta, 2010).

Kepuasan seseorang untuk menggunakan biro jasa transportasi merupakan suatu proses yang kompleks, selain kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan terhadap konsumennya, perusahaan harus mempunyai kelebihan dalam menyediakan fasilitas, sarana dan prasarana yang diberikan. Biasanya konsumen dalam menggunakan layanan jasa akan membanding-bandingkan fasilitas, dan memilih layanan jasa atau yang fasilitas dan kualitas pelayanannya paling baik (Caecaria dan Budi, 2011). Konsumen sudah percaya terhadap suatu perusahaan maka konsumen tersebut akan mempunyai keyakinan akan keahlian yang telah dimiliki oleh perusahaan tersebut untuk dapat melayani secara baik, memuaskan serta dapat diandalkan. Apabila perusahaan mengharapkan konsumen merasa puas disamping perlu memperhatikan kualitas pelayanan yang dihasilkan juga perlu memperhatikan strategi pelayanan yang tepat. Jika tidak memperhatikan hal tersebut maka akan kepercayaan konsumen akan hilang terhadap produk, motivasi konsumen akan menurun, serta daerah pemasaran akan direbut oleh pesaing. Sebaliknya jika strategi yang telah digunakan dalam pelayanan sudah tepat dan ditunjang

dengan fasilitas yang ada serta kualitas pelayanan yang baik, maka hal tersebut dapat memberikan kepercayaan bagi konsumen.

Perusahaan biro jasa wisata dalam memenangkan sebuah persaingan harus mempertimbangkan berbagai aspek untuk memenuhi kepuasan konsumen dan mampu untuk merebut pasar dengan penawaran harga dan fitur yang diberikan. Penetapan kualitas pelayanan diharapkan bias membantu pelaku bisnis dalam memberikan kepuasan bagi konsumen, dan dapat menyusun sebuah strategi agar perusahaan tersebut mampu menjadi perusahaan yang kuat, sehingga perusahaan mampu bertahan dan terus maju dalam menghadapi persaingan dunia usaha yang semakin ketat. Kepuasan pembeli merupakan fungsi kinerja yang dipersepsikan produk serta harapan pembeli. Kepuasan konsumen menjadi faktor utama dalam sebuah bisnis untuk bisa meraih sebuah kesuksesan. Konsumen yang merasa puas biasanya tetap setia untuk dalam jangka waktu yang lebih lama, melakukan pembelian kembali jika perusahaan memperkenalkan produk baru dan memperbaharui produk lama, membicarakan hal-hal baik mengenai perusahaan dan produknya kepada orang lain, tidak terlalu memperhatikan merek pesaing dan tidak terlalu sensitif terhadap harga (Kotler dan Keller 2009).

Perusahaan dalam memenuhi kepuasan konsumen harus mampu memberikan kualitas yang melebihi atau paling tidak menyamai apa yang di harapan oleh konsumen. Tjiptono (2015) fasilitas itu sendiri adalah penyediaan perlengkapan - perlengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para konsumen dalam melaksanakan aktivitas-aktivitas selama

menggunakan jasa tersebut. Fasilitas merupakan salah satu dari aspek yang menentukan bagi sebuah perusahaan jasa. Dengan adanya fasilitas sesuai dan menjadi keinginan para konsumen yang telah diberikan oleh perusahaan akan menciptakan persepsi baik bagi para konsumen dalam memilih suatu produk atau jasa. Munculnya suatu kepercayaan akan tidak lepas dari sebuah layanan serta fasilitas yang diberikan perusahaan kepada konsumen. Kepercayaan (trust) didefinisikan sebagai dimensi dari sebuah hubungan yang mampu menentukan suatu tingkat di mana sebuah pihak akan merasa dapat mempercayai integritas dari janji yang ditawarkan oleh pihak yang lainnya. Menurut Kotler dan Keller (2012) kepercayaan adalah kesediaan perusahaan untuk bergantung pada mitra bisnis. Dapat disimpulkan jika hubungan antara kualitas pelayanan, fasilitas, dan kepercayaan mempunyai hubungan yang sangat erat untuk dapat menciptakan kepuasan konsumen dalam membeli atau menggunakan produk dan jasa yang diinginkan oleh konsumen.

Terdapat perbedaan hasil penelitian mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Kencana Travel.

**Tabel 1.2 Research Gap**

Variabel	Berpengaruh	Tidak Berpengaruh
Kualitas Pelayanan	Dewi Sartika, Sutrisno K Djawa (2018)	Heni Haryanti (2017)
Fasilitas	Muhammad Lutfi Anwar (2017)	Heni Haryanti (2017)
Kepercayaan	Kenny Febrina Salim, Catherine (2015)	Rachmad Hidayat, Tuko Hadi (2018)

Sumber : Beberapa jurnal yang akan dikembangkan untuk penelitian

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Dewi Sartika, Sutrisno K Djawa (2018) menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, namun penelitian yang dilakukan Heni Haryanti (2017) menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Lutfi Anwar (2017) menunjukkan bahwa Fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, namun penelitian yang dilakukan oleh Heni Haryanti (2017) menunjukkan bahwa Fasilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Kenny Febrina Salim, Catherine (2015) menunjukkan Kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, namun penelitian yang dilakukan oleh Rachmad Hidayat, Tuko Hadi (2018) menunjukkan bahwa Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan fenomena dan penelitian sebelumnya terdapat gap mengenai perbedaan pengaruh variabel kualitas pelayanan, fasilitas, dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen menggunakan travel maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian kembali dengan judul “ **Pengaruh Kualitas Pelayanan,**

## **Fasilitas, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Kencana Travel) ”.**

### **1.2 Ruang Lingkup**

Adapun ruang lingkup pada penelitian ini adalah mengenai kualitas pelayanan, fasilitas, kepercayaan dan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian kuantitatif, teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan cara dimana peneliti mencari data dengan menyebarkan pertanyaan kepada konsumen yang pernah menggunakan Kencana Travel.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah belum jelasnya pengaruh antara variabel kualitas layanan, fasilitas dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penulis mengajukan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

- a. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen menggunakan Kencana Travel?
- b. Apakah Fasilitas berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen menggunakan Kencana Travel?
- c. Apakah Kepercayaan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen menggunakan Kencana Travel?

- d. Apakah Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen menggunakan Kencana Travel?

### **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah penelitian diatas, peneliti memiliki tujuan sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Kencana Travel
- b. Untuk mengetahui pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Kencana Travel
- c. Untuk mengetahui pengaruh Kepercayaan terhadap terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Kencana Travel
- d. Untuk mengetahui Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Kepercayaan secara bersama – sama image terhadap terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Kencana Travel

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat secara teoritis dan praktis, sebagai berikut :

- a. Manfaat Teoritis

Dapat digunakan untuk mengukur tingkat kemampuan dan memperluas pengetahuan atau wawasan bagi peneliti dan berguna

sebagai pendalaman ilmu tentang kepuasan konsumen. Serta dapat menjadi bahan referensi atau masukan bagi penulis lain dalam melakukan penelitian dengan masalah atau objek yang sama dan mengembangkan penelitian di masa yang akan datang.

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi perusahaan untuk dapat memanfaatkan sebagai strategi dalam menentukan perilaku konsumen dan dapat memperoleh informasi tentang bagaimana cara menciptakan kepuasan konsumen dalam menggunakan produk atau jasa.

