

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Pada zaman sekarang ini sarana transportasi merupakan suatu bagian yang tidak dapat di pisahkan dan sangat dibutuhkan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Terdapat hubungan erat antara transportasi dengan jangkauan dan lokasi kegiatan manusia baik barang ataupun jasa. Dalam kaitanya dengan kehidupan manusia, transportasi memiliki peranan yang signifikan dalam berbagai aspek, baik dalam aspek sosial, ekonomi, lingkungan, politik, pertahanan dan keamanan. Betapa besar dan penting peranan transportasi dalam kehidupan manusia, tampak dari usaha-usaha manusia untuk senantiasa memperbaiki dan meningkatkan sistem serta kapasitas angkut sepanjang zaman dahulu kala hingga masa kini. Makin bertambah baik alat transportasi yang digunakan manusia, makin bertambah tinggi tingkat mobilitas manusia itu, baik secara individual maupun secara sosial; berarti makin besar pula kemungkinan manusia dalam memperoleh sumber penghidupan yang lebih baik (Siregar, 1968).

PT. Kereta Api (Persero) merupakan BUMN yang mengelola sarana transportasi kereta api di Indonesia. Peran PT. Kereta Api dalam mempermudah dan mendukung mobilitas para pengguna jasa tentu mengharapkan profit atau

keuntungan dari penjualan jasanya. Namun, untuk mencapai tujuan tersebut tidaklah mudah. Persaingan dalam bisnis transportasi saat ini semakin tinggi seiring dengan semakin banyaknya perusahaan yang menawarkan jasa angkutan transportasi kepada masyarakat.

Kepuasan pelanggan merupakan kunci keberhasilan perusahaan, hal itu mengingat dengan konsumen puas, maka konsumen tersebut akan loyal. Loyalitas konsumen diperoleh karena adanya kombinasi dari kepuasan dan keluhan. Konsumen yang loyal adalah konsumen yang sangat puas dengan produk dan pelayanan yang diberikan. Hal ini sesuai pernyataan Aacker (1987) dalam Maylina bahwa konsumen akan setia atau loyal terhadap suatu merek bila ia mendapatkan kepuasan dari merek tersebut. Untuk menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan, perusahaan harus menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh pelanggan yang lebih banyak dan kemampuan untuk mempertahankan pelanggannya. Kepuasan dan loyalitas pelanggan menjadi penting karena pada dasarnya perusahaan akan selalu berhadapan dengan dua macam pelanggan yaitu pelanggan baru dan pelanggan lama. Oleh karena itu, mempertahankan pelanggan adalah lebih penting daripada menarik konsumen baru. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas konsumen dalam menggunakan jasa transportasi, diantaranya adalah kualitas pelayanan dan penentuan kebijakan harga.

Kualitas pelayanan dapat diartikan kepedulian perusahaan terhadap pelanggan. Kualitas pelayanan bersifat dinamis yaitu berubah menurut tuntutan pelanggan. Untuk lebih menarik konsumennya PT. Kereta Api juga memberikan pelayanan kepada konsumennya dalam hal pemesanan tiket Kereta Api. Saat ini para penumpang kelas bisnis maupun eksekutif dapat memesan tiket Kereta Api 30 hari sebelum hari pemberangkatan, karena sebelumnya pemesanan tiket hanya bisa dilakukan 7 hari sebelum hari keberangkatan. Semakin tinggi jasa transportasi dalam memberikan kualitas pelayanan, maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen.

Hal ini sesuai pernyataan Lupiyoadi (2001) bahwa salah satu faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam meningkatkan kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Untuk menilai kualitas pelayanan, para ahli pemasaran seperti Parasuraman, Zeithaml, Berry (Tjiptono, 2001) telah mengajukan 5 faktor yang digunakan dalam menilai kualitas jasa, yaitu tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy.

Harga sangat menentukan kepuasan penumpang dalam penggunaan jasa, karena besarnya tarif yang ditetapkan berkaitan dengan tingkat pendapatan yang dimiliki oleh penumpang. Semakin tingginya tarif akan mengakibatkan penumpang harus berpikir dua kali dalam penggunaan jasa angkutan, demikian sebaliknya apabila tarif semakin rendah maka penumpang

cenderung memanfaatkan sarana transportasi tanpa melakukan pertimbangan lebih banyak.

Hal ini sesuai pernyataan Lupiyoadi (2001) bahwa harga merupakan faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Transportasi merupakan alat yang sangat penting dan dibutuhkan oleh setiap orang, salah satunya adalah kereta api, dimana kereta api merupakan salah satu alat transportasi yang di anggap terjangkau, efisien dan tergolong cepat.

Kereta Api adalah sarana transportasi berupa kendaraan dengan tenaga gerak, baik berjalan sendiri maupun dirangkaikan dengan kendaraan lainnya, yang akan ataupun sedang bergerak di rel. Kereta api merupakan alat transportasi massal yang umumnya terdiri dari lokomotif (kendaraan dengan tenaga gerak yang berjalan sendiri) dan rangkaian kereta atau gerbong (dirangkaikan dengan kendaraan lainnya). Rangkaian kereta atau gerbong tersebut berukuran relatif luas sehingga mampu memuat penumpang maupun barang dalam skala besar. Karena sifatnya sebagai angkutan massal efektif, beberapa negara berusaha memanfaatkannya secara maksimal sebagai alat transportasi utama angkutan darat baik di dalam kota, antarkota, maupun antar negara.

PT Kereta Api Indonesia sebagai perusahaan pelayanan publik penyedia jasa transportasi kereta api turut pula terimbas goncangan perekonomian. Dalam kondisi persaingan bisnis transportasi yang sangat ketat, mempertahankan

kepuasan pelanggan merupakan salah satu cara untuk mempertahankan eksistensi perusahaan. Hal ini mendorong dilakukannya studi tentang faktor-faktor kualitas pelayanan yang mampu mempengaruhi kepuasan penumpang. Faktor-faktor kualitas pelayanan yang dianggap memiliki pengaruh terhadap kepuasan penumpang meliputi faktor bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati.

Kepuasan pelanggan yaitu tingkatan dimana anggapan kinerja (perceived performance) produk akan sesuai dengan harapan seorang pelanggan. Bila kinerja produk jauh lebih rendah dibandingkan harapan pelanggan, pembelinya tidak puas. Sebaliknya bila kinerja sesuai dengan harapan atau melebihi harapan, pembelinya merasa puas atau merasa amat gembira. Seiring dengan pendapat diatas Purnomo (2003:195) mengartikan kepuasan pelanggan sebagai “Perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang diharapkan”, maksudnya bahwa kepuasan pelanggan tercipta jika pelanggan merasakan output atau hasil pekerjaan sesuai dengan harapan, atau bahkan melebihi harapan pelanggan.

Oliver dalam (Barnes, 2003:64) menyatakan kepuasan adalah tanggapan pelanggan atas terpenuhinya kebutuhan yang berarti bahwa penilaian pelanggan atas barang atau jasa memberikan tingkat kenyamanan yang terkait dengan pemenuhan suatu kebutuhan, termasuk pemenuhan kebutuhan yang tidak sesuai harapan atau pemenuhan yang melebihi harapan pelanggan.

Kepuasan pelanggan adalah rangkuman kondisi psikologis yang dihasilkan ketika emosi yang mengelilingi harapan yang tidak cocok dilipat gandakan oleh perasaan-perasaan yang terbentuk dalam pelanggan tentang pengalaman pengkonsumsian (Oliver dalam Peter dan Olson, 1996:157)

Kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan.

Akan tetapi kenyamanan dan keamanan juga perlu dan penting untuk diperhatikan, karena beberapa hal tersebut mampu menunjang banyaknya penumpang yang akan menaiki alat transportasi tersebut. Oleh karenanya peneliti melakukan survey tentang bagaimana kepuasan pelanggan PT. KAI terhadap berbagai pelayanan dan fasilitas yang tersedia, mulai dari pelayanan di loket hingga segala sesuatu yang berhubungan tentang kepuasan pengguna alat transportasi kereta api.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di kemukakan, maka dapat diidentifikasi beberapa hal sebagai berikut:

1. Bagaimana kontribusi faktor *bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati* terhadap kepuasan konsumen?
2. Faktor apa yang paling mempengaruhi kepuasan konsumen?

### **C. Keaslian Penelitian**

Sebelumnya telah banyak penelitian yang di lakukan mengenai kepuasan konsumen dalam hal ini khususnya di lakukan pada PT. Kereta Api Indonesia. Namun meskipun demikian sebuah perusahaan pastinya membutuhkan pembaruan untuk lebih meningkatkan kualitas dari apa yang di produksi, di sewakan maupun yang di jualnya. Sehingga di perlukan penelitian-penelitian terdahulu mengenai kepuasan konsumen.

Untuk mendukung penelitian ini, peneliti menemukan beberapa kajian riset terdahulu mengenai variable kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen untuk dijadikan sebagai pedoman dalam penelitian ini. Penelitian pertama yang di lakukan oleh Agistha Pradiptasari S (2008), berjudul *Pengaruh Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Kereta Api Argo Muria pada PT. Kereta Api (Persero) DAOP IV Semarang*. Dari penelitian tersebut diketahui Secara umum dalam penelitian ini pelayanan yang diberikan PT. Kereta Api adalah baik dan dalam penetapan harga tiket kereta api Argo Muria dipandang mahal. Saran yang dapat diberikan untuk perusahaan adalah di harapkan PT. Kereta Api

(Persero) dapat memberikan potongan harga tiket kereta api, meningkatkan dan terus memperbaiki kinerja pelayanannya, serta memperbaiki fasilitas kereta api yang dirasa penting oleh pelanggan.

Berikutnya Hesti Agustini (2012) dalam artikelnya: *Studi Kualitas Pelayanan Kereta Api Tawang Jaya Kelas Ekonomi DAOP IV Semarang*. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya korelasi atau hubungan dan signifikan antara kemampuan pegawai dengan kualitas pelayanan yang diperoleh dari perhitungan Z hitung > Z tabel atau  $8,13 > 1,645$  untuk taraf signifikansi 5% sehingga  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Terdapat korelasi atau hubungan signifikan antara kultur organisasi dengan kualitas pelayanan yang diperoleh dari perhitungan Z hitung > Z tabel atau  $7,31 > 1,645$  untuk taraf signifikansi 5% sehingga  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Adanya korelasi atau hubungan positif dan signifikan antara kemampuan pegawai dan kultur organisasi dengan kualitas pelayanan yang diperoleh dari hasil  $X^2_o > X^2_t$  atau  $155,456 > 122,942$  untuk taraf signifikansi 5%. Berdasarkan penelitian dapat diketahui bahwa kemampuan pegawai dan kultur organisasi mempunyai hubungan dengan kualitas pelayanan Kereta Api Tawang Jaya Kelas Ekonomi PT. KAI DAOP IV Semarang. Diketahui pula dari hasil penelitian bahwa kualitas pelayanan Kereta Api Tawang jaya kelas Ekonomi masuk dalam kategori baik.

Penelitian selanjutnya di lakukan oleh Clara Theresia dan Mangara M. Tambunan mengambil judul *Evaluasi Fasilitas Ruang Tunggu Guna Peningkatan*

*Kualitas Pelayanan Dengan Pendekatan Makro Ergonomi Pada Stasiun Kereta Api XYZ.* Melalui sepuluh tahapan proses diperoleh hasil pemilihan alternatif yaitu melakukan perbaikan serta pengadaan fasilitas di bagian ruang tunggu, pelatihan petugas pada Stasiun kereta api dan perbaikan budaya atau kebiasaan penumpang. Penelitian ini menghasilkan perancangan sistem kerja secara keseluruhan dan usulan perbaikan kondisi fasilitas ruang tunggu secara khusus pada Stasiun kereta api XYZ yang diharapkan dapat diimplementasikan oleh pihak manajemen perusahaan guna peningkatan kualitas pelayanan stasiun kereta api.

Penelitian selanjutnya yang masih berhubungan dengan kepuasan konsumen yang di lakukan oleh Richa Widyaningtyas (2010) dengan judul: *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Serta Dampaknya Pada Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Kereta Api Harina (studi pada PT. Kereta api indonesia DAOP IV Semarang).* Berdasarkan hasil perhitungan menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen adalah signifikan. Berdasarkan hasil perhitungan menunjukkan bahwa variabel harga tiket terhadap kepuasan konsumen adalah signifikan.

Kepuasan konsumen dapat menjadi variable intervening antara kualitas pelayanan dengan loyalitas konsumen. Kepuasan konsumen dapat menjadi variabel intervening antara harga tiket terhadap loyalitas konsumen. Berdasarkan

hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen adalah signifikan. Adjusted R square 0,860 menunjukkan bahwa 86 persen dari varian loyalitas konsumen adalah dijelaskan oleh variabel independen serta variabel intervening dalam persamaan regresi. Sedangkan 14 persen lainnya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Dan dari beberapa penelitian terdahulu, penelitian yang akan dilakukan ini memiliki perbedaan dengan yang pernah ada. Antara lain penelitian ini dilakukan di PT. Kereta Api Indonesia tepatnya di DAOP VIII Surabaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara faktor tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy dengan kepuasan konsumen. Kemudian faktor apa yang paling mempengaruhi kepuasan konsumen serta berapa besar kontribusi dari masing-masing faktor terhadap kepuasan konsumen.

#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang hendak di capai adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana kontribusi faktor *bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati* terhadap kepuasan konsumen.

2. Untuk mengetahui faktor apa yang paling mempengaruhi kepuasan konsumen.

### **E. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang di harapkan dari penelitian ini adalah:

Secara teoritis:

Menambah khazanah keilmuan psikologi industri dan organisasi pada umumnya dan secara khusus memberi sumbangan pengetahuan bagi ilmu psikologi konsumen.

Secara Praktis:

Sebagai bahan informasi dan masukan bagi semua pihak yang terkait kepuasan konsumen dengan segala fasilitas dan pelayanan PT. Kereta Api Indonesia

### **F. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan dalam skripsi ini terdiri dari bab dan sub bab, kemudian terbagi dalam bagian bagian dari bab sub bab yang secara rinci sebagai berikut :

Bab 1 (Pendahuluan)

Meliputi latar belakang masalah yang merupakan paparan dari realita yang ada di lapangan, yang berisi mengenai hal hal yang berkaitan dengan landasan

berpikir berdasarkan fenomena yang ada dan menitik beratkan kepada penelitian penelitian terdahulu sebagai acuan perbandingan (replikasi) serta kajian pendahuluan sebagai hal dasar untuk melaksanakan penelitian. Di samping itu juga menjelaskan tentang unsure unsure yang menjadi syarat sebuah penelitian. Kemudian di dalamnya juga terdapat rumusan masalah yang menunjukkan batasan tentang penelitian yang akan di laksanakan guna mencegah terjadinya perluasan kajian yang di teliti (batasan penelitian), selanjutnya tujuan penelitian yang memeperlihatkan sampai dimana tujuan penelitian yang akan di lakukan, kemudian terakhir tak kalah pentingnya adalah manfaat penelitian serta sistematika pembahasan yang menjelaskan tentang pentingnya penelitian ini dan gambaran sekilas mengenai penelitian ini.

#### Ban II (Kajian Pustaka)

Berisi kajian teori yang berisikan pembahasan teori tentang kepuasan konsumen yang terdiri dari pengertian kepuasan konsumen, kerangka teoritis dan hipotesis. Kajian teori di maksudkan sebagai landasan dalam membuat kerangka berfikir terhadap focus penelitian dan untuk menjelaskan sejauh mana dimensi dimensi yang di teliti mempengaruhi variable yang di teliti. Serta menjadi dasar pula dari penelitian ini, karena penelitian yang berbasis kuantitatif menitik beratkan pada teori dasar yang di gunakan.

### Bab III (Metode Penelitian)

Membahas tentang metode metode penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini, meliputi pendekatan dan jenis penelitian, subyek penelitian yang membahas deskripsi penentuan subyek penelitian, instrument pengumpulan data, uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas dan teknik analisa data yang di gunakan untuk menguji hipotesis. Pada bab ini lebih lanjut di gunakan sebagai pijakan untuk operasional di lapangan sebab dari sinilah teori yang di peroleh di olah untuk kepentingan penelitian, kemudian di aplikasikan di lapangan.

### Bab IV (Hasil Penelitian dan Pembahasan)

Terdiri dari paparan penelitian dan pembahsan hasil penelitian atau inti laporan penelitian yang di maksud. Bab ini menjelaskan tentang temuan yang sesuai dengan rumusan masalah yang telah di tetapkan serta tujuan dari penelitian. Bab ini pula memamparkan mengenai hasil penelitian yang kemudian di kaitkan kembali dengan teori yang di gunakan. Di karenakan penelitian ini merupakan penelitian ulang (replikasi) sehingga perlu adanya perbandingan antara hasil temuan dengan penelitian terdahulu guna membedakan temuan yang sekarang dengan temuan terdahulu. Selain itu pula menjelaskan bagaimana proses penelitian ini di laksanakan mulai dari awal pembuatan proposal hingga akhir bab lima serta hambatan hambatan apa saja yang di rasakan oleh peneliti selama penelitian berlangsung.

## Bab V (Penutup)

Bab ini akan membahas tentang kesimpulan dan penelitian yang telah dilaksanakan, kemudian saran yang di berikan peneliti terhadap instansi terkait, akademis maupun penelitian selanjutnya berdasarkan pada temuan yang di peroleh di lapangan.