

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah penduduk terbanyak di dunia. Tingkat mobilitas atau perpindahan masyarakat Indonesia pun cukup tinggi, baik dari desa ke kota maupun dari kota ke desa. Mobilisasi tersebut semata hanya untuk memperbaiki dan meningkatkan taraf hidup masing-masing individu untuk menjadi yang lebih baik. Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat bepergian dari satu tempat ke tempat yang lain, tentunya dibutuhkan suatu moda transportasi. Di masa sekarang cukup banyak pilihan moda transportasi, terutama transportasi darat berupa bus yang tentu fungsinya untuk memenuhi kebutuhan manusia untuk berpindah tempat dari satu tempat ke tempat yang lainnya. Moda transportasi bus merupakan salah satu dari sekian banyak jenis transportasi darat yang berkembang pesat beberapa waktu belakangan ini. Hal ini menimbulkan adanya persaingan yang ketat diantara perusahaan-perusahaan transportasi bus.

Perusahaan tersebut berlomba menarik banyak konsumen untuk menggunakan jasa mereka, sedangkan konsumen menginginkan transportasi yang mampu memberikan pelayanan yang baik, cepat, harga terjangkau dan mampu memenuhi kebutuhan mereka. Agar keinginan konsumen tercapai, perusahaan bus harus memenuhi keinginan konsumen dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan yang baik agar konsumen muncul rasa puas atas jasa yang ditawarkan. Apabila kualitas pelayanan baik, dan konsumen merasa puas maka akan timbul rasa loyal dari konsumen tersebut dan akan melakukan pembelian ulang dan terus menerus.

**Tabel. 1.1.**  
**Data Pengguna Bus Tiap Provinsi Di Pulau Jawa**

No	Provinsi	2013		2014		2015	
		PO	Bus	PO	Bus	PO	Bus
1	DKI Jakarta	66	3174	67	3843	68	3882
2	Jawa Barat	117	3818	118	3858	119	3903
3	Jawa Tengah	141	3818	147	4008	148	4119
4	DI. Yogyakarta	29	510	29	518	29	538
5	Jawa Timur	65	1874	69	1941	72	2007

Sumber: Direktorat LLAJ 2015

Tabel. 1.1. menunjukkan bahwa moda transportasi bus merupakan salah satu moda transportasi yang cukup diminati oleh konsumen Indonesia terutama di Pulau Jawa. Berdasarkan Tabel. 1.1. terlihat peningkatan jumlah Perusahaan Otobus (PO) maupun jumlah bus di DKI Jakarta pada setiap tahunnya dan PO Harapan Jaya merupakan salah satu bagian dari Perusahaan Otobus yang sedang berkembang dan sangat dikenal di kalangan pengguna jasa transportasi darat ini. PO Harapan Jaya merupakan perusahaan otobus asal Jawa Timur yang melayani tujuan ke Jakarta salah satunya dengan tujuan ke Terminal Terpadu Pulogebang. PO Harapan Jaya menjunjung tinggi keselamatan dan kenyamanan sebagai tujuan utama dari perusahaan serta menawarkan harga relatif murah dan memiliki pelayanan memuaskan yang dilengkapi dengan fasilitas dan armada terbaru yang tentunya membuat konsumen akan merasa puas. Dengan adanya rasa puas maka pelanggan akan muncul rasa loyal dan hal tersebut merupakan suatu keuntungan bagi perusahaan.

Dalam melakukan bisnis, terdapat banyak faktor yang mempengaruhi timbulnya rasa loyal pada pelanggan atau konsumen. Salah satunya adalah harga,

karena harga merupakan salah satu ukuran dalam berbisnis. Harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan suatu kombinasi dari produk dan pelayanannya. Pendapat lain dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong (2008) yang menyatakan bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk tersebut. Harga memiliki dua peranan utama dalam proses pengambilan keputusan, yaitu peranan alokasi dan peranan informasi. Peranan alokasi harga, yaitu membantu pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat yang diharapkan berdasarkan daya belinya. Peranan informasi dari harga, yaitu fungsi harga dalam mendidik konsumen mengenai faktor-faktor produk, seperti kualitas.

Menurut Kotler (2009), kualitas didefinisikan sebagai keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuan memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat. Pendapat lainnya dikemukakan oleh Lupiyoadi dan Hamdani (2011) yaitu kualitas pelayanan memiliki esensi penting untuk strategi perusahaan untuk mempertahankan mereka dan mencapai sukses dalam menghadapi persaingan. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas tersebut dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas tersebut dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas tersebut dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik tidaknya kualitas

pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia produk/jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

Kepuasan pelanggan juga merupakan aspek yang harus diperhatikan, jika pelanggan merasa puas dengan pelayanan diberikan tentu saja akan menimbulkan dampak psikologis yang positif, yang mungkin akan berdampak pada loyalitas terhadap perusahaan yang memberikan kepuasan tersebut. Perusahaan dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan, harus mempelajari terlebih dahulu keinginan dan kebutuhan, konsumen pada saat ini dan yang akan datang. Menurut Tjiptono (2009) terciptanya kepuasan pelanggan memberikan manfaat tersendiri, hubungan harmonis antara perusahaan dengan pelanggan, memberi dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi yang menguntungkan bagi perusahaan. Griffin (2009) menyatakan loyalitas pelanggan dapat didefinisikan berdasarkan perilaku dari pembeli. Pelanggan yang loyal adalah pelanggan yang melakukan pembelian secara ulang atau secara teratur, membeli antar lini produk atau jasa, merekomendasikan ke orang lain dan juga menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari perusahaan lain.

Apabila pelanggan telah memiliki kecocokan terhadap harga suatu produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan, pelanggan memiliki rasa puas terhadap jasa yang diberikan oleh suatu perusahaan atas pelayanan yang diberikan, dapat dipastikan pelanggan tersebut akan menjadi pelanggan yang loyal dan tidak akan berpaling pada jasa layanan yang lain. Pernyataan tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Hakim *et. al.* (2014) yang menyatakan bahwa

kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan secara parsial dan simultan sebesar 17,92%.

Salah satu bidang bisnis yang juga merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah bidang jasa transportasi bus atau yang bisa dikenal sebagai Perusahaan Otobus (PO). Tingginya minat masyarakat pada transportasi darat di Pulau Jawa membuat persaingan perusahaan otobus menjadi meningkat. Mereka berlomba-lomba menawarkan harga tiket murah dan meningkatkan fasilitas yang mereka tawarkan untuk memikat konsumen atau pelanggan. Bagi perusahaan otobus khususnya PO Harapan Jaya harus memperhatikan beberapa faktor yang menjadi sebuah loyalnya pelanggan yaitu harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Penelitian ini tidak hanya terpaku pada pembahasan secara konvensional, namun juga membahas dari sudut pandang Islam. Dalam ajaran Islam, PO Harapan Jaya sebagai salah satu perusahaan yang bergelut pada bidang transportasi darat tentu saja harus mengutamakan kejujuran dan memberikan yang terbaik kepada konsumen. Dalam menetapkan harga tidak bisa sembarangan, harus sesuai syariat Islam yang dimana diatur dalam Al-Qur'an dan Hadist. Hal tersebut bertujuan agar tidak ada satu orangpun yang merasa terdzalimi.

Memenuhi kepuasan pelanggan merupakan hal yang perlu dilakukan oleh pihak perusahaan. Memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan merupakan hal yang penting untuk memuaskan pelanggan sehingga akan memunculkan rasa loyalitas dalam diri pelanggan. Dalam memberikan pelayanan tidak bisa sembarangan sehingga membuat orang lain akan terganggu. Islam

mengajarkan dalam memberikan pelayanan harus menyenangkan disertai keramahan dan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan (Ramadhani, 2015).

Oleh karena itu, perusahaan harus memaksimalkan dalam pemberian pelayanan, karena apabila pelayanan yang diberikan oleh perusahaan sangat baik maka pelanggan akan merasa puas terhadap pelayanan perusahaan tersebut. Dengan munculnya rasa puas pada pelanggan, sudah pasti dengan sendirinya pelanggan akan tumbuh rasa loyal dan akan menjadikan perusahaan tersebut sebagai pilihan utamanya.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan latar belakang, penelitian ini bertujuan untuk menguji beberapa variabel penelitian diantaranya menguji pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan variabel kepuasan pelanggan sebagai faktor mediator. Dengan demikian, rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana gambaran harga, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan pada PO Harapan Jaya?
2. Apakah harga dan kualitas pelayanan masing-masing berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PO Harapan Jaya?
3. Apakah harga dan kualitas pelayanan masing-masing berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan PO Harapan Jaya?
4. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan PO Harapan Jaya?

5. Apakah harga dan kualitas pelayanan dapat dijadikan model yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai faktor mediator pada PO Harapan Jaya?
6. Bagaimana harga, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan pada PO Harapan Jaya menurut pandangan Islam?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui dan memahami gambaran harga, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan pada PO Harapan Jaya.
2. Untuk mengetahui dan memahami masing-masing pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PO Harapan Jaya.
3. Untuk mengetahui dan memahami masing-masing pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada PO Harapan Jaya.
4. Untuk mengetahui dan memahami pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada PO Harapan Jaya.
5. Untuk mengetahui dan memahami harga dan kualitas pelayanan dapat dijadikan model yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai faktor mediator pada PO Harapan Jaya.

6. Untuk mengetahui harga, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan pada PO Harapan Jaya menurut pandangan Islam.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

##### **1. Manfaat Akademis**

- Perkembangan ilmu pengetahuan

Memperkaya ilmu strategi pemasaran khususnya yang berkaitan dengan loyalitas pelanggan dan faktor yang mempengaruhinya dengan menggunakan metode *path analysis*.

- Referensi penelitian lebih lanjut

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan perbandingan maupun referensi untuk melakukan penelitian lainnya di bidang loyalitas pelanggan khususnya pada industri jasa transportasi bus.

##### **2. Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pendukung untuk menyusun kebijakan dan keputusan manajemen PO Harapan Jaya dalam mengambil keputusan pada bidang harga dan meningkatkan kualitas pelayanan. Penelitian ini dapat digunakan untuk mengetahui tingkat loyalitas pelanggan yang didasari pada rasa puas yang dimiliki oleh pelanggan. Penelitian ini juga dapat digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan untuk menciptakan rasa loyal dari pelanggan mereka. Selain itu, hasil penelitian ini dapat dijadikan rujukan oleh pihak manajemen PO Harapan Jaya untuk menghadapi masalah-masalah yang

berkaitan dengan penentuan harga dan peningkatan kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan mereka berdasarkan kepuasan pelanggan.