

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara berkembang dan menjadi negara yang lebih baik dalam segala aspek. Aspek penting yang gencar diperbaiki adalah pelayanan publik. Salah satu layanan yang diberikan negara kepada masyarakat adalah layanan transportasi. Transportasi salah satu kebutuhan masyarakat yang mempengaruhi kehidupan masyarakat khususnya dalam bidang ekonomi, karena angkutan umum dapat melaju lebih cepat, sehingga kegiatan sehari-hari dapat dilakukan dengan lebih efektif. (Ismaningtyas & Agustina, 2017:126).

Di era saat ini, dengan perkembangan teknologi dan pertumbuhan penduduk, dunia transportasi berkembang pesat. Untuk memudahkan aktivitas manusia sehari-hari, sarana transportasi tidak terlepas dari kehidupan manusia. Setelah menikmati layanan yang digunakan, masyarakat menjadi semakin penting dalam mengevaluasi produk dan memberikan nilai tambah.

Kereta api salah satu moda transportasi nasional yang diandalkan pemerintah Indonesia. Pengembangan layanan transportasi kereta api bertujuan untuk meningkatkan kapasitas transportasi, kualitas layanan dan tingkat manajemen sehingga masyarakat dapat mengandalkan transportasi kereta api (termasuk angkutan barang dan penumpang). Di Indonesia sendiri, pemerintah telah mendirikan BUMN yaitu PT. KAI memberikan layanan kepada calon pelanggan dan masyarakat untuk memberikan layanan terkait dengan layanan kereta api yang merupakan satu-satunya layanan di Indonesia.

Seiring dengan permintaan akan transportasi darat (khususnya kereta api) yang terus bertambah, dan permintaan akan layanan yang meningkat sesuai

dengan ekspektasi pelanggan, PT. Kereta Api di Indonesia sudah mulai berbenah untuk meningkatkan pelayanan yang diberikan kepada masyarakat, tidak hanya untuk meningkatkan kualitas fasilitas pelayanan stasiun kereta api, tetapi juga untuk meningkatkan kenyamanan dan keselamatan kereta api. Dengan pelayanan dan kenyamanan yang baik, masyarakat akan lebih memilih menggunakan transportasi kereta api. Dalam rangka memberikan pelayanan terbaik yang memuaskan bagi pelanggan, PT. Kereta Api Indonesia meminta perbaikan lebih lanjut dalam layanan yang diberikan kepada pelanggan.

Salah satu strategi yang diterapkan oleh perusahaan jasa angkutan kereta api adalah dengan memperhatikan permintaan pelanggan atas jasa angkutan yang mereka sediakan. Penambahan beberapa fasilitas perkeretaapian telah memberikan dukungan bagi peningkatan jumlah penumpang KA. Pertama, beli tiket yang mengikuti kemajuan teknologi untuk memudahkan penumpang. Jika tidak sempat ke stasiun, tidak perlu antri terlalu lama. Kedua, penyesuaian tiket kereta sesuai dengan kapasitas kereta. Selama hari libur, peningkatan penumpang kereta api akan menyebabkan beban berlebih. Kereta akan meningkatkan kenyamanan dan keamanan penumpang dengan mempersiapkan lebih banyak gerbong. Ketiga, gerbong kereta ber-AC sering dirawat dan digunakan. Keempat, kereta baru dan banyak kualitas lainnya telah ditambahkan. Tujuan akhir dari konsep pemasaran ini adalah berorientasi pada kepuasan, agar pelanggan setia terhadap jasa angkutan kereta api yang diberikan.

Griffin (dalam Hurriyati, 2015: 129), loyalitas mengedepankan bentuk perilaku untuk mengambil keputusan yang berkesinambungan membeli produk/jasa dari produsen tertentu. *Consumer loyalty* berperan penting bagi industri yang melindungi kelangsungan hidup usahanya. Pelanggan yang loyal adalah pelanggan yang telah merasa sangat puas pada produk serta jasa yang

dirasakannya, sehingga bersemangat untuk mereferensikan kepada siapapun yang dikenalnya. Cara ini adalah menciptakan peluang bagi perusahaan untuk bersaing memperebutkan bisnis dengan memanfaatkan peluang pasar atau dengan mempromosikan dan meningkatkan kinerja layanan yang diberikan.

Dalam membangun loyalitas konsumen yang tinggi terhadap produk jasa angkutan kereta api, unsur kepuasan konsumen mempunyai peranan sangat penting dalam pembentukan loyalitas, dan kepuasan konsumen tinggi berdampak positif pada loyalitas konsumen yang tinggi. Rangkuti (2015: 40) menjelaskan bahwa kepuasan konsumen merupakan tanggapan konsumen atas kesesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dengan kinerja nyata yang telah dirasakannya pasca penggunaan. Jika pelanggan terpuaskan dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, maka akan berdampak pada loyalitasnya kepada perusahaan, begitu pula sebaliknya. Perusahaan perlu mengembangkan strategi pemasaran agar pelanggan tertarik dengan produk yang ditawarkan guna meningkatkan kepuasan pelanggan.

Saat membentuk kepuasan pelanggan, diperlukan strategi yang didasarkan pada kualitas layanan dan nilai pelanggan. Jasa angkutan kereta api yang berkualitas akan memuaskan konsumen yang memakai produk jasa angkutan kereta api. *Service quality* dianggap memiliki kemampuan menarik pelanggan baru dan dapat mengurangi kemungkinan pelanggan lama bermigrasi ke perusahaan lainnya. Lovelock & Wright (Nurdiansyah & Rahman, 2016: 131) kualitas layanan merupakan evaluasi persepsi jangka panjang atas penyampaian layanan perusahaan oleh pelanggan. Kemudian untuk meningkatkan kepuasan pelanggan perlu juga diperhatikan faktor customer value, karena pelanggan merupakan objek pelayanan yang dapat memberikan persepsi positif terhadap pelayanan kereta api. Slywotzky (dalam Tjiptono, 2016: 304) menunjukkan bahwa nilai pelanggan didasarkan pada sudut pandang pelanggan atau

organisasi yang relevan, dan mempertimbangkan kesediaan dan keyakinan pelanggan dalam membeli atau menggunakan produk atau layanan.

Stasiun Wonokromo adalah salah satu stasiun kereta api di Kota Surabaya yang berada di Jalan Stasiun Wonokromo Surabaya yang mempunyai mobilitas konsumen jasa transportasi kereta api yang tinggi. Dari segi pelayanan transportasi, Stasiun Wonokromo Surabaya telah banyak melakukan pembenahan terutama dalam hal pelayanan angkutan kereta api. Namun karena bentuk pelayanan transportasi yang kurang memuaskan, masih banyak permasalahan yang menyebabkan ketidakpuasan dan loyalitas konsumen jasa transportasi, misalnya karyawan yang lemah dalam responsivitas terhadap permintaan konsumen akan jasa transportasi kereta api dan informasi lokasi khususnya di area shuttle. Dikarenakan lahan yang tidak mencukupi untuk tempat parkir dan shuttle, sebagian konsumen enggan menggunakan jasa transportasi kereta api di stasiun ini.

Melihat fenomena ini, penulis tertarik untuk melakukan riset yang bertema tentang efek dari kualitas layanan dan nilai pelanggan pada kepuasan konsumen guna meningkatkan loyalitas pelanggan kereta api di Stasiun Wonokromo Surabaya.

1.2 Perumusan Masalah

Melihat uraian fenomena dan tema skripsi ini, maka terdapat beberapa rumusan permasalahan, antara lain:

- a. Bagaimana kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen moda transportasi kereta api di Stasiun Wonokromo Surabaya?
- b. Bagaimana nilai pelanggan mempengaruhi kepuasan konsumen moda transportasi kereta api di Stasiun Wonokromo Surabaya?

- c. Bagaimana kualitas layanan mempengaruhi loyalitas konsumen moda transportasi kereta api di Stasiun Wonokromo Surabaya?
- d. Bagaimana nilai pelanggan mempengaruhi loyalitas konsumen moda transportasi kereta api di Stasiun Wonokromo Surabaya?
- e. Bagaimana kepuasan mempengaruhi loyalitas konsumen moda transportasi kereta api di Stasiun Wonokromo Surabaya?
- f. Bagaimana kualitas layanan secara tidak langsung mempengaruhi loyalitas melalui kepuasan konsumen moda transportasi kereta api di Stasiun Wonokromo Surabaya?
- g. Bagaimana nilai pelanggan secara tidak langsung mempengaruhi loyalitas melalui kepuasan konsumen moda transportasi kereta api di Stasiun Wonokromo Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Melihat dari perumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Menjelaskan efek langsung kualitas layanan pada kepuasan konsumen moda transportasi kereta api di Stasiun Wonokromo Surabaya
- b. Menjelaskan efek langsung nilai pelanggan pada kepuasan konsumen moda transportasi kereta api di Stasiun Wonokromo Surabaya.
- c. Menjelaskan efek langsung kualitas layanan pada loyalitas konsumen moda transportasi kereta api di Stasiun Wonokromo Surabaya.
- d. Menjelaskan efek langsung nilai pelanggan pada loyalitas konsumen moda transportasi kereta api di Stasiun Wonokromo Surabaya.
- e. Menjelaskan efek langsung kepuasan pada loyalitas konsumen moda transportasi kereta api di Stasiun Wonokromo Surabaya.

- f. Menjelaskan efek tidak langsung kualitas layanan pelanggan pada loyalitas melalui kepuasan konsumen moda transportasi kereta api di Stasiun Wonokromo Surabaya.
- g. Menjelaskan efek tidak langsung nilai pelanggan pelanggan pada loyalitas melalui kepuasan konsumen moda transportasi kereta api di Stasiun Wonokromo Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat yang dapat diperoleh dari temuan dalam riset ini antara lain:

a. Manfaat Akademis

Temuan dalam penelitian berguna sebagai referensi pendukung penelitian dan pengembangan lainnya, sehingga dapat ditemukan penemuan-penemuan baru yang mendukung teori-teori tentang aspek-aspek kualitas layanan, nilai pelanggan, kepuasan, dan loyalitas konsumen.

b. Manfaat Praktis

Temuan dalam penelitian berguna sebagai tinjauan bagi pihak manajemen stasiun kereta api Wonokromo Surabaya untuk lebih mendalami karakteristik konsumen dalam menciptakan kepuasan konsumen sehingga terbentuk loyalitas konsumen yang tinggi.