

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan dunia bisnis yang sangat cepat membuat persaingan semakin ketat, para pelaku dunia bisnis berlomba-lomba untuk meningkatkan profit dan meningkatkan kualitas pelayanan perusahaannya tidak terkecuali dalam bisnis yang bergerak di bidang transportasi. Seiring berkembangnya jaman, transportasi di Indonesia semakin diperlukan bagi semua kalangan. Keberadaan sebuah sarana transportasi dalam kehidupan manusia menjadi cukup signifikan karena sebagai penunjang kelancaran kehidupan. Transportasi menjadi bagian penting atas perkembangan manusia dan duni, baik dalam pemerataan penduduk, pembangunan ekonomi serta pertumbuhan industrialisasi. Berbagai disiplin ilmu mengartikan bahwa dengan adanya transportasi membuka semua kemudahan dan membuat sebuah peradaban baru yang lebih modern.

Transportasi udara sekarang ini mengalami perkembangan pesat, hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya perusahaan /maskapai penerbangan yang melayani jasa penerbangan ke berbagai rute baik domestic maupun internasional. Sarana transportasi udara khususnya penerbangan komersial sangat penting dalam pengembangan ekonomi dan social yang ditunjukkan oleh jumlah permintaan jasa penerbangan yang diukur dari pertumbuhan penumpang udara.

Di Indonesia industri penerbangan bukan merupakan lagi sebagai alat transportasi bagi kalangan menengah keatas, akan tetapi dari berbagai kalangan dapat menggunakan alat transportasi tersebut. Hal ini ditunjang dari Indonesia yang merupakan Negara kepulauan. Indonesia terdiri dari ribuan pulau besar dan kecil yang dikelilingi dengan lautan. Untuk menghubungkan ribuan pulau di Indonesia, transportasi laut dan transportasi udara merupakan andalan utama. Citilink telah menjadi maskapai yang paling cepat berkembang di Indonesia sejak tahun 2011, ketika mengambil A320 pertama dan percepatan ekspansi sebagai bagian dari upaya oleh grup Garuda untuk bersaing lebih agresif pada segment *budget traveler*. Citilink berjalan tegak diantara banyaknya perusahaan sejenis lainnya dengan visi “menjadi maskapai penerbangan berbiaya murah terkemuka di kawasan regional”.

Dengan Visi: Menjadi LCC kelas dunia dengan profitabilitas yang berkelanjutan dan perusahaan yang paling dikagumi di Indonesia. Misi: Meningkatkan kualitas dari kehidupan masyarakat dengan menyediakan transportasi udara bebas gangguan yang memiliki reabilitas tinggi dan standard keaman internasional melalui sentuhan keramahaman Indonesia.

Cilink Indonesia telah menjadi maskapai pertama di Indonesia yang menggunakan pesawat dengan seri Airbus A320NEO. Pada akhir tahun 2017, Citilink Indonesia telah mengoperasikan 50 pesawat seri Airbus A320, spesifiknya 45 CEO dan 5 NEO yang memiliki kapasitas sebanyak 180 penumpang. Hingga Juni 2018, Citilink indonesia sudah melayani konektivitas penerbangan ke 35 kota, 70 rute, dan lebih dari 274 frekuensi penerbangan setiap harinya. Sepanjang tahun 2017 dan 2018, Citilink Indonesia telah membuka penerbangan ke 7 destinasi baru yang terdiri dari, yaitu Jayapura,

Kendari, Gorontalo, Ambon, Silangit, Banyuwangi, Kertajati serta 2 rute regional ke Dili dan Penang.

Dengan adanya persaingan tersebut, setiap perusahaan berusaha untuk memperoleh pelanggan menggunakan berbagai strategi. Teknologi yang terus berkembang menjadikan munculnya berbagai layanan dan kemudahan yang bisa diberikan kepada para pelanggannya. Faktor layanan dan kemudahan inilah yang akan memberikan kepuasan bagi para pelanggannya dengan tujuan untuk memelihara loyalitas pelanggan pada jasa Penerbangan. Faktor lain juga perlu diperhatikan adalah penanganan keluhan dari pelanggan yang bisa disampaikan melalui *Callcenter*. Kecepatan penanganan, keramahan, serta kemudahan prosedur akan membuat pelanggan semakin cinta terhadap jasa penerbangan sehingga pelanggan akan merasa puas sudah menggunakan jasa penerbangan tersebut dan enggan untuk berpaling ke maskapai lain. Pemberian informasi yang tepat, kemampuan akan penguasaan produk knowledge, pemberian jaminan informasi dan rasa empati yang diberikan *Callcenter* jika terjadi Irregularity pada penerbangan Citilink.

Peningkatan pelayanan kepada pelanggan dilakukan oleh seluruh karyawan PT.Citilink Indonesia khususnya melalui *Callcenter* mempunyai peran yang sangat penting di dalam perusahaan karena menjadi garda yang paling depan (*frontliner*) pada perusahaan untuk dapat memaksimalkan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dan menjawab permasalahan-permasalahan yang terjadi serta menginformasikan produk atau jasa yang ditawarkan oleh Citilink untuk memenuhi keinginan, harapan dan kebutuhan pelanggan guna menciptakan kepuasan pelanggan.

Menurut Parasuraman et al., (1985) dimensi atau atribut dari kualitas pelayanan yaitu meliputi kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), bukti langsung (*tangibles*), jaminan (*assurance*), dan juga empati (*emphaty*).

Berdasarkan uraian tersebut, maka penelitian ini mengambil topic tentang pengaruh kualitas pelayanan Callcenter PT.Citilink Indonesia dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

## **1.2. PERUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah maka permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas Pelayanan yang terdiri dari variable *Tangible, Responsiveness, Reliability, Assurance, dan Empathy* Berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan PT.Citilink Indonesia?
2. Apakah kualitas Pelayanan yang terdiri dari variable *Tangible, Responsiveness, Reliability, Assurance, dan Empathy* Berpengaruh secara Simultan terhadap kepuasan pelanggan PT.Citilink Indonesia?
3. Variabel Manakah yang paling dominan terhadap kepuasan pelanggan PT.Citilink Indonesia?

## **1.3. TUJUAN PENELITIAN**

Berdasarkan uraian perumusan masalah maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis kualitas Pelayanan yang terdiri dari variable *Tangible, Responsiveness, Reliability, Assurance, dan Empathy* Berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan PT.Citilink Indonesia.

2. Untuk Menganalisis kualitas Pelayanan yang terdiri dari variable *Tangible*, *Responsiveness*, *Reliability*, *Assurance*, dan *Empathy* Berpengaruh secara Simultan terhadap kepuasan pelanggan PT.Citilink Indonesia.
3. Untuk mengetahui Variabel Manakah yang paling dominan terhadap kepuasan pelanggan PT.Citilink Indonesia.

#### **1.4. MANFAAT PENELITIAN**

Adapun manfaat dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi penunjang pada pengembangan penelitian lain, sehingga didapatkan temuan-temuan baru menunjang teori-teori tentang pengaruh pelayanan *Callcenter* Citilink terhadap kepuasan pelanggan jasa penerbangan PT. Citilink Indonesia.

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

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pijakan manajemen PT. Citilink Indonesia untuk lebih mendalami karakteristik pelanggan dalam menciptakan kepuasan pelanggan.

##### **3. Bagi Peneliti**

Sebagai pengalaman dalam mengidentifikasi dan media penerapan dari ilmu yang telah diterima selama ini, dan mengembangkan ilmu tersebut terutama dibidang pelayanan mengenai kepuasan konsumen