

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Hal yang dibutuhkan dari layanan transportasi dinilai penting saat dapat dilihat oleh pelanggan di seluruh dunia. Peningkatan pelayanan transportasi di Indonesia di anggap tinggi, sehingga banyak biro perjalanan atau biro perjalanan umumnya dikenal memenuhi kebutuhan wisata konsumen. Persaingan dalam bisnis biro perjalanan menjadi semakin sulit, menampilkan sejumlah biro perjalanan yang menawarkan berbagai layanan untuk memudahkan agen perjalanan dan konsumen lain untuk bekerja lebih mudah. Agen perjalanan menyediakan layanan bekerja sama dengan agen yang menyediakan kereta, kapal dan pesawat domestik dan internasional, tempat wisata (agen perjalanan) dan berbagai akomodasi lainnya yang memudahkan konsumen untuk berekreasi (hotel, motel, resor, dll.).

Konsumen lebih memilih menggunakan produk ataupun jasa sesuai dengan pengalaman mereka, hal ini dapat mempengaruhi konsumen untuk menggunakan kembali jasa ataupun produk dalam waktu berikutnya. Membangun *customer experience* menjadi bagian penting dalam strategi pemasaran. Pengalaman adalah tahap utama untuk merebut hati pelanggan. Melalui *customer experience*, konsumen tidak sekedar memperoleh informasi maupun janji-janji seperti didalam iklan, tetapi konsumen merasakan dan mengalami sendiri keterlibatan dengan produk maupun pelayanan jasa tersebut (Sastra, 2015).

Konsumen juga mempunyai daya sensorik dimana mereka dapat merasakan kegembiraan (*sense*), kemudian mendapatkan emosi atau perasaan (*feel*), selain itu dengan adanya *customer experience*, konsumen dapat berfikir (*think*) tentang niat mereka untuk mengajak konsumen lain bergabung menggunakan jasa travel karena telah mengalami sendiri bagaimana melakukan perjalanan dengan travel. Selain itu dengan mendapatkan pengalaman yang menarik, konsumen sendiri bahkan ingin untuk menggunakan kembali jasa suatu travel sebagai bentuk perilaku (*act*) karena pihak travel mampu memberikan kesan yang menarik bagi konsumen (Zahra & Lutfie, 2017: 573)

Dalam keberlangsungan perusahaan untuk waktu dekat, dapat dikatakan bahwa kepercayaan memainkan peran penting dalam membangun hubungan jangka panjang sampai memainkan peran penting dalam meningkatkan loyalitas konsumennya. Kepercayaan konsumen pada suatu perusahaan jasa maupun produk dikarenakan adanya harapan positif dari konsumen untuk produk maupun jasa dimana mereka akan menggunakan kembali jasa ataupun produk, dalam meningkatkan kepuasan konsumen untuk menggunakan jasa ataupun produk kepercayaan merupakan salah satu faktor penting (Mawey Dkk, 2018)

Kepuasan konsumen merupakan hal yang harus dipikirkan secara matang oleh para pembuat produk maupun pemegang jasa. Dimana dalam penelitian (Putra & Indriyani, 2018) mengatakan apabila kepuasan suatu konsumen akan suatu jasa maupun produk semakin meningkat, maka kepercayaan pelanggan akan suatu produk maupun jasa semakin meningkat. Hal inilah yang harus diterapkan oleh setiap perusahaan, agar mampu memberikan tingkat kepuasan yang tinggi bagi

konsumen, agar konsumen mau untuk kembali menggunakan produk maupun jasa.

PT Rizki Evanti Bersahaja adalah perusahaan yang bergerak dalam jasa biro perjalanan pariwisata di Batam, jasa biro perjalanan yang melayani publik dimana sekarang banyak berdiri. Didirikan oleh Vivi Evanti Hasibuan pada tahun 2014. Travel ini tidak hanya menyediakan layanan penjualan tiket, melainkan menyediakan paket perjalanan wisata kepada konsumen yang ingin berpergian bersama keluarga maupun sahabat dengan didampingi langsung oleh pihak travel. Biro perjalanan mempunyai peluang bisnis yang sangat bagus menandakan bahwa jasa di bidang ini dapat mengingat keinginan dari masyarakat yang luas dalam melakukan perjalanan pariwisata. Sehingga perusahaan akan gencar untuk melakukan promosi guna mempengaruhi dan memberikan pengalaman bagi konsumen yang akan menggunakan jasa biro perjalanan.

Perusahaan jasa pada dasarnya akan memberikan pelayanan yang terbaik sehingga meninggalkan kesan yang menarik bagi konsumen guna menumbuhkan kepercayaan dan meningkatkan kepuasan konsumen agar konsumen mau menggunakan jasa dalam waktu berikutnya. Kepercayaan konsumen dapat dilihat dari berapa banyaknya mereka menggunakan kembali jasa atau produk yang sebelumnya pernah mereka gunakan. Terdapat data yang merupakan laporan dari banyaknya konsumen pengguna jasa travel PT Rizki Evanti Bersahaja pada tahun 2018-2019:

Tabel 1.1 Data Pengguna Jasa Travel PT Rizki Evanti Bersahaja

Bulan (2018 - 2019)	Batam - Bintan		Batam- Singapore		Batam - Malaysia	
	Private Tour	Publik Tour	Private Tour	Publik Tour	Private Tour	Publik Tour
Maret	0	13	32	50	7	10
April	0	26	16	60	13	36
Juni	7	49	13	36	21	52
Juli	0	10	8	22	11	26
Agustus	6	26	16	26	0	21
September	8	0	8	36	0	21
Oktober	0	12	0	26	7	10
November	7	36	14	10	5	13
Desember	14	52	18	39	12	26
Januari	21	37	14	13	6	10
Februari	6	21	0	10	7	10
Maret	0	15	0	13	0	10

Sumber : PT Rizki Evanti Bersahaja

Dari data diatas dapat dilihat bahwa jumlah konsumen yang menggunakan jasa *travel agent* PT Rizki Evanti Bersahaja dari bulan kebulan tidak signifikan. Terdapat dalam bulan tertentu tidak adanya konsumen yang menggunakan jasa travel tersebut. Permasalahan yang dihadapi oleh konsumen travel yaitu dimana terdapat tidak sesuainya dari iklan dengan apa yang mereka harapkan. Juga ketidak sesuaian dimana alat transportasi yang digunakan untuk melakukan perjalanan tour pada awalnya dikatakan akan menggunakan mini bus untuk perjalanan paket Publik Tour tetapi pihak travel ternyata menggunakan mobil avanza ataupun xenia pada perjalanannya sehingga menyebabkan terjadiya pembagian kelompok dalam perjalanan tersebut. Kemudian adanya keterbatasan waktu yang diberikan oleh travel agent bagi konsumen untuk melakukan sesi photo serta berjalan pada destinasi wisata yang dikunjungi. Konsumen beraggapan bahwa dengan diberikannya batasan waktu tersebut menyebabkan konsumen tidak dapat menikmati perjalanan mereka. Selain itu, jadwal makan siang yang

terkadang juga terlambat diberikan oleh pihak travel, menyebabkan konsumen menunggu terlalu lama dan terkadang harus menyiapkan sendiri keperluan untuk makan siang, serta jadwal tour yang sering berubah-ubah dari jadwal yang telah ditentukan. Hal ini juga menimbulkan ketidakpercayaan konsumen untuk menggunakan jasa travel. Konsumen yang sudah pernah menggunakan jasa travel PT Rizki Evanti Bersahaja melihat dan merasakan sendiri ketidaknyamanan dari perjalanan tersebut sehingga sebagian dari mereka enggan untuk kembali menggunakan travel dan tidak ingin merekomendasikannya kepada teman dan kerabat mereka.

Berdasarkan pada fenomena yang terjadi dalam permasalahan yang telah dijabarkan secara lengkap peneliti mengambil keputusan dengan judul penelitian yaitu” Pengaruh *Customer Experience* dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Travel Pada PT Rizki Evanti Bersahaja”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka peneliti mengidentifikasi masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Ketidaksesuaian iklan dengan harapan konsumen pada travel PT Rizki Evanti Bersahaja.
2. Ketidaksiuaian penggunaan kendaraan pada saat perjalanan tour.
3. Keterlambatan pemberian makan siang oleh pihak travel kepada konsumen.
4. Ketidakpercayaan konsumen pada travel karena jadwal tour yang berubah dan tidak mengikuti jadwal yang telah ditetapkan.

5. Diberikannya batasan waktu kepada konsumen sehingga konsumen merasa tidak puas dengan perjalanan tersebut.
6. Konsumen yang tidak merasa nyaman enggan untuk merekomendasikannya kepada teman dan kerabat mereka.

1.3 Batasan Masalah

Dengan banyaknya ketidak tepatan waktu, tenaga dan untuk memudahkan pelaksanaan penelitian ini, untuk itu peneliti mengecilkan ruang lingkup permasalahan dengan menggunakan para responden yang merupakan konsumen perjalanan paket tour Batam – Malaysia pada travel PT Rizki Evanti Bersahaja di kota Batam.

1.4 Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini didasari dari berbagai penjabaran mengenai latar belakang serta identifikasi masalah yang telah di kemukakan sebelumnya. Dimana rumusan masalah yang didapati yakni sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh *customer experience* terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa travel PT Rizki Evanti Bersahaja?
2. Apakah terdapat pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa travel PT Rizki Evanti Bersahaja?
3. Apakah terdapat pengaruh *customer experience* dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa travel PT Rizki Evanti Bersahaja?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *customer experience* terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa travel PT Rizki Evanti Bersahaja.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa travel PT Rizki Evanti Bersahaja.
3. Untuk mengetahui pengaruh antara *customer experience* dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa travel PT Rizki Evanti Bersahaja.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Adapun dengan dibuatnya penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat untuk menerapkan teori terkhusus mengenai *customer experience*, kepercayaan serta kepuasan oleh konsumen.

1.6.2 Aspek Praktis

1. Bagi Perusahaan

adanya harapan konsumen mengenai manfaat penelitian ini bagi perusahaan agar mampu menerapkan dan di jadikan bahan pertimbangan untuk keberlangsungan perusahaan selanjutnya, hal yang utama yakni erat hubungannya dengan *customer experience* dan kepercayaan yang akan menjadi suatu kepuasan telah menggunakan jasa bagi konsumen, kepuasan

konsumen yang di harapkan oleh perusahaan untuk meningkatkan pendapatan yang merupakan harapan perusahaan dalam membuka suatu usaha tersebut.

2. Bagi Universitas Putera Batam

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk menambah pengetahuan dan bahan pertimbangan atau lainnya yang mungkin diguakan untuk penelitian lebih lanjut.

3. Bagi Peneliti

Para peneliti juga merasa berguna untuk melamar studi tertentu. Dan peneliti memiliki pengetahuan untuk berbagai informasi.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasilna yakni diharapkan agar dapat menjadi panutan serta mendasari untuk penelitian yang akan mendatang.