

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Dewasa ini persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat, baik di bidang jasa, dagang ataupun manufaktur. Hal ini diakibatkan karena arus globalisasi yang semakin terbuka lebar bagi setiap pelaku bisnis. Sehingga semakin kompleks kebutuhan dan berbagai aktifitas manusia dalam melakukan mobilitas pekerjaan, sekolah, pariwisata, maupun yang lainnya. Hal ini berdampak pada kebutuhan akan sektor transportasi baik darat, laut maupun udara.

Keadaan ini yang pada akhirnya menyebabkan semakin ketatnya persaingan model transportasi, persaingan memberi layanan yang terbaik untuk memperoleh pelanggan. Di provinsi Kepulauan Riau khususnya kota Batam terdapat berbagai model transportasi dan yang paling digemari adalah transportasi udara yaitu menggunakan pesawat terbang karena sangat menyingkatkan waktu perjalanan ke luar Batam.

Di tengah kondisi persaingan di sektor jasa yang semakin meningkat, perusahaan hendaknya terus meningkatkan layanan kepada pelanggan. Perhatian terhadap peningkatan kualitas pelayanan dari waktu ke waktu menjadi semakin penting.

Seiring dengan perkembangannya, masyarakat sebagai konsumen tidak lagi bertindak sebagai objek dalam penelitian terhadap kualitas pelayanan, melainkan telah menjadi salah satu subjek penentu dalam menilai kualitas pelayanan suatu perusahaan. Kunci utama untuk memperoleh keuntungan di dalam pasar yang kompetitif adalah pemberian jasa dengan kualitas layanan yang baik sehingga pelanggan menjadi loyal, karena pelanggan yang loyal akan melakukan pembelian secara ulang.

Menciptakan dan mempertahankan pelanggan yang loyal merupakan jantung dari setiap bisnis. Untuk menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan agar pelanggan loyal dan tetap melakukan pembelian ulang kita harus memperhatikan kebutuhan dari pelanggan. Menurut Lupiyoadi (2013: 212) pelanggan adalah seseorang yang secara kontinu dan berulang kali datang ke suatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk atau jasa tersebut.

Menurut Morgan dan Hunt (1994) dalam Setiawan (2007: 217) Kepercayaan dan komitmen adalah perantara kunci dalam membangun hubungan jangka panjang bagi pelanggan yang memiliki orientasi hubungan yang tinggi terhadap organisasi.

Sektor jasa mengambil peran penting dalam perekonomian Indonesia, terlebih dengan semakin meningkatnya kebutuhan dan keinginan konsumen serta tuntutan untuk mendapatkan pelayanan terbaik. Melihat kenyataan dunia usaha sekarang ini telah banyak yang bergerak dibidang pelayanan jasa, khususnya

dalam biro perjalanan wisata atau *travel agent*. Hal ini ditandai dengan maraknya perusahaan-perusahaan travel baik perusahaan kecil maupun perusahaan besar yang menawarkan jasa yang sama di beberapa lokasi yang saling berdekatan satu sama lain yang memicu terjadinya perang tarif/harga.

PT Sahabat Tours and Travel adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa yang menyediakan tiket pesawat, tiket ferry Singapore, dan pembayaran *online* (PLN, ATB, kredit, pulsa dll). Selama usaha berlangsung masih terdapat komplain dari beberapa pelanggan. Berikut data kualitas layanan perusahaan yang menunjukkan jumlah komplain pelanggan dari lima tahun terakhir.

Tabel 1.1 Data Kualitas Layanan PT Sahabat Tours and Travel

Tahun	Jumlah Komplain	Delta
2015	128	0
2014	150	-22
2013	177	-27
2012	208	-31
2011	240	-32

Sumber: PT Sahabat Tours and Travel

Terlihat dari tabel 1.1 di atas bahwa masih terdapat beberapa komplain dari pelanggan yang belum puas dengan pelayanan yang diberikan. Tahun 2014 delta jumlah komplain pelanggan sebanyak -22, tahun 2013 terdapat delta jumlah komplain pelanggan sebanyak -27, tahun 2012 delta jumlah komplain pelanggan sebanyak -31, dan tahun 2011 delta jumlah komplain pelanggan sebanyak -32. Namun demikian pihak PT Sahabat Tours and Travel selalu berusaha agar komplain tersebut berkurang dan terbukti dengan berkurangnya jumlah komplain

pelanggan dari tahun ke tahun. Ini berarti variabel kualitas layanan memang layak untuk diteliti.

Tabel 1.2 Data Kepercayaan PT Sahabat Tours and Travel

Tahun	Jumlah orang/perusahaan yang mendepositkan dana	Delta
2015	45	0
2014	33	12
2013	25	8
2012	20	5
2011	12	8

Sumber: PT Sahabat Tours and Travel

Dari tabel 1.2 di atas terlihat tahun 2014 delta jumlah orang/perusahaan yang mendepositkan dana sebanyak 12, tahun 2013 terdapat delta jumlah orang/perusahaan yang mendepositkan dana sebanyak 8, tahun 2012 terdapat delta jumlah orang/perusahaan yang mendepositkan dana sebanyak 5, tahun 2011 terdapat delta jumlah orang/perusahaan yang mendepositkan dana sebanyak 8. Dapat kita lihat dari tahun ke tahun terjadi kenaikan maupun penurunan jumlah orang/perusahaan yang mendepositkan dana di PT Sahabat Tours and Travel. Ini berarti variabel kepercayaan memang layak untuk diteliti.

Tabel 1.3 Data komitmen PT Sahabat Tours and Travel

Tahun	Pelanggan Tetap	Delta
2015	355	0
2014	298	57
2013	250	48
2012	172	78
2011	120	52

Sumber: PT Sahabat Tours and Travel

Dari tabel 1.3 di atas terlihat tahun 2014 delta pelanggan tetap sebanyak 57, tahun 2013 terdapat delta pelanggan tetap sebanyak 48, tahun 2012 terdapat delta

pelanggan tetap sebanyak 78, tahun 2011 terdapat delta pelanggan tetap sebanyak 52. Dapat kita lihat dari tahun ke tahun terjadi kenaikan maupun penurunan pelanggan tetap di PT Sahabat Tours and Travel. Ini berarti variabel komitmen memang layak untuk diteliti.

Tabel 1.4 Data Loyalitas PT Sahabat Tours and Travel

Tahun	Pembelian berulang	Delta
2015	1.645	0
2014	1.440	205
2013	1.336	104
2012	1.220	116
2011	1.105	115

Sumber: PT Sahabat Tours and Travel

Dari tabel 1.4 di atas terlihat tahun 2014 delta pembelian ulang sebanyak 205, tahun 2013 terdapat delta pembelian ulang sebanyak 104, tahun 2012 terdapat delta pembelian ulang sebanyak 116, tahun 2011 terdapat delta pembelian ulang sebanyak 115. Dapat kita lihat dari tahun ke tahun terjadi kenaikan maupun penurunan pelanggan yang melakukan pembelian ulang. Ini berarti variabel loyalitas pelanggan memang layak untuk diteliti.

Berdasarkan dari uraian di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang memusatkan perilaku konsumen terhadap perusahaan *travel agent* dalam hal kualitas layanan, kepercayaan, komitmen dan loyalitas pelanggan. Dalam penelitian ini peneliti mengangkat judul **“Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Komitmen Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT Sahabat Tours and Travel Batam dengan Metode SEM-PLS.**

1.2. Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Adanya komplain dari beberapa pelanggan.
2. Adanya pelanggan yang belum percaya pada kejujuran karyawan dalam memberikan informasi harga tiket pesawat.
3. Adanya pelanggan yang kecewa terhadap pelayanan yang diberikan PT. Sahabat Tours and Travel sehingga tidak melakukan pembelian ulang.
4. Adanya pelanggan yang tidak puas dengan pelayanan karyawan PT. Sahabat Tours and Travel.

1.3. Pembatasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah Pelanggan PT Sahabat Tours and Travel yang melakukan pembelian tiket minimal dua kali selama bulan Januari - Agustus 2016.

1.4. Perumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di PT Sahabat Tours and Travel Batam?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di PT Sahabat Tours and Travel Batam?
3. Apakah komitmen berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di PT Sahabat Tours and Travel Batam?

4. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepercayaan di PT Sahabat Tours and Travel Batam?
5. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap komitmen di PT Sahabat Tours and Travel Batam?
6. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap komitmen di PT Sahabat Tours and Travel Batam?

1.5. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan di PT Sahabat Tours and Travel Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan di PT Sahabat Tours and Travel Batam.
3. Untuk mengetahui pengaruh komitmen terhadap loyalitas pelanggan di PT Sahabat Tours and Travel Batam.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepercayaan di PT Sahabat Tours and Travel Batam.
5. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap komitmen di PT Sahabat Tours and Travel Batam.
6. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap komitmen di PT Sahabat Tours and Travel Batam.

1.6. Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang diharapkan dari terlaksananya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.6.1. Manfaat Teoritis

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sebagai bahan referensi bagi para pembaca atau peneliti yang akan melakukan penelitian di masa mendatang.
2. Sebagai tambahan sumber pengetahuan maupun pedoman bagi para pembaca.

1.6.2. Manfaat Praktis

1. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan bisa digunakan untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh selama perkuliahan dan mengetahui sampai sejauhmana kualitas ataupun kemampuan mahasiswa dalam mengimplementasikan teori yang ditelitinya ke dalam dunia usaha/kerja yang sebenarnya.
2. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan bisa memberikan masukan bahwa pentingnya menjaga kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan, serta menciptakan kepercayaan dan komitmen pelanggan untuk mempertahankan keterhubungan dalam jangka panjang.