

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Kepuasan pelanggan sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa, Wilkie (1990) dalam (Tjiptono, 2008: 24). Pengetahuan dan sikap pelanggan tentang kualitas pelayanan akan meningkatkan peluang untuk merebut keputusan bisnis menjadi lebih baik. Organisasi akan mengetahui kebutuhan dan harapan pelanggan dan akan menentukan, apakah memang dapat memenuhi dengan cara yang memuaskan. Dalam hal ini kepuasan pelanggan merupakan faktor terpenting bagi tiap perusahaan supaya tetap dapat bertahan dalam persaingan.

Pada dasarnya kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan atas produk atau jasa akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya apakah pelanggan akan tetap menggunakan produk dan jasa dari perusahaan atau tidak. Kepuasan pelanggan merupakan target yang harus di capai oleh setiap perusahaan. Jika pelanggan merasa puas maka pelanggan akan tetap membeli produk atau memakai jasa tersebut, tetapi jika pelanggan tidak merasa puas dengan produk atau jasa tersebut maka mereka akan mencari produk atau jasa perusahaan lain.

Salah satu yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Nilai pelanggan adalah keseluruhan evaluasi pelanggan terhadap

kegunaan produk berdasarkan persepsi apa yang diperoleh dan apa yang telah diberikan atau pengorbanan (Zeithaml, 1988) dalam (Lubis, 2016: 78).

Nilai *Responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Perusahaan yang bergerak di bidang jasa tentu mempunyai cara *responsiveness* yang berbeda, ada yang *responsiveness* baik dan tidak baik tergantung dari setiap karyawan atau petugas yang melayani. *Responsiveness* yang baik pasti akan memberikan kepuasan kepada setiap pelanggan dan *responsiveness* yang tidak baik pasti membuat para pelanggan merasa tidak puas dan akan berdampak pada keputusan selanjutnya.

Penerapan *responsiveness* dalam perusahaan tidaklah mudah hal ini terlihat dari masih banyaknya perusahaan yang belum konsisten menerapkan *responsiveness* dalam pelayanannya, oleh karena itu tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen masih rendah. Perusahaan yang ingin unggul dalam persaingan harus memperhatikan daya tanggap ini untuk meningkatkan kualitas pelayanannya. Karena jika seorang pelanggan merasa tidak puas dengan produk ataupun jasa yang di berikan maka mereka akan mengeluh dan menceritakan kepada orang lain. Perusahaan yang tetap ingin bertahan lama perlu ada kesadaran untuk memperhatikan hal seperti *responsiveness* ini dan harus selalu siap untuk memberikan *responsiveness* yang terbaik.

Selain *responsiveness* faktor lain yang mempengaruhi ketidak puasan pelanggan yaitu harga. Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu (Oentoro,

2012: 149) .Harga merupakan komponen yang sangat penting dalam suatu perusahaan. Harga menentukan seberapa besar keuntungan akan di peroleh perusahaan dari penjualan produk ataupun jasa. Menetapkan harga yang terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan produk ataupun jasa menurun dan jika harga terlalu rendah akan mempengaruhi keuntungan yang di dapat oleh perusahaan dari penjualan produknya. Harga memiliki peran yang sangat yang sangat besar bagi perusahaan terutama pada keadaan persaingan yang tinggi dan perimbangan atas permintaan yang terbatas, harga juga mempengaruhi kemampuan bersaing dan kemampuan perusahaan untuk mempengaruhi konsumen.

PT Pelayaran Nasional Samudra Tujuh adalah Perusahaan baru yang bergerak dibidang jasa transportasi laut yaitu ferry dengan tujuan dari Batam, Letung, Tarempa. Sebagai Perusahaan yang masih baru, PT Pelayaran Nasional Samudra Tujuh ini harus menerapkan konsep mengutamakan kepuasan pelanggan. Perusahaan dituntut untuk dapat memberikan kualitas yang terbaik, karna tingkat persaingan yang tinggi. Ketidakpuasan pelanggan yang terjadi di perusahaan ini, seperti masalah ketidakpuasan pelanggan yang terjadi di PT Pelayaran Nasional Samudra Tujuh dikarenakan *responsiveness* yang kurang baik dan penetapan harga yang tinggi membuat pelanggan merasa tidak puas dengan jasa Ferry PT Pelayaran Nasional Samudra Tujuh yang mereka pilih. Dengan banyaknya pelanggan yang merasa tidak puas dengan kurangnya daya tanggap yang baik dari karyawan dan harga yang tinggi akan berdampak pada keputusan selanjutnya apakah akan menggunakan jasa Ferry PT Pelayaran Nasional Samudra Tujuh atau akan menggunakan jasa Ferry dari PT lainnya.

Permasalahan yang terjadi di PT Pelayaran Nasional Samudra Tujuh tingkat pelayanan yang diberikan masih kurang, terlihat dari tingkat *responsiveness* atau daya tanggapnya yang kurang cepat. Dari hasil observasi sementara yang dilakukan oleh peneliti kepada 30 orang pelanggan PT Pelayaran Nasional Samudra Tujuh di peroleh hasil *responsiveness* masih kurang, hal ini terlihat dari table 1.1.

**Tabel 1.1** Data Hasil Total Kuesioner Variabel Responsiveness.

No	Pertanyaan/ Pernyataan	% Ketidakpuasan pelanggan
1	Kejelasan Informasi	66,66%
2	Kecepatan Pelayanan	50,00%
3	Kesiapan Mengatasi Masalah	63,33%
4	Antusiasme Petugas	70,00%

**Sumber:** Peneliti 2017

Dari tabel 1.1 diatas terlihat bahwa tingkat ketidakpuasan pelanggan masih diatas rata-rata atau diatas 50,00%, seperti kejelasan informasi konsumen memberikan ketidakpuasan sebesar 66,66% artinya konsumen belum mendapatkan informasi yang jelas. Dari 30 pelanggan hanya 15 pelanggan yang merasa puas dengan kecepatan pelayanan di berikan atau 50,00% pelanggan lainnya belum puas dengan kecepatan transaksi yang dilakukan oleh petugas, kesigapan mengatasi masalah sebanyak 63,33% yang tidak puas dengan kesigapan para petugas dalam mengatasi masalah yang mereka alami atau kurangnya kemauan petugas untuk menolong para pelanggan dalam kesulitan dan 70,00% pelanggan yang mengatakan bahwa kurangnya antusiasme petugas dalam melayani mereka.

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa banyak pelanggan yang masih kurang puas dengan *responsiveness* yang ada di PT Pelayaran Nasional Samudra

Tujuh. Jika pelanggan terus merasa kurang puas maka akan berdampak negatif bagi perusahaan, terutama bagi penjualan perusahaan.

Selain *responsiveness*, harga tiket Ferry PT Pelayaran Nasional Samudra Tujuh kurang bersaing sehingga pelanggan mencari Ferry yang harganya lebih murah. Penetapan harga yang kurang ekonomis membuat para pelanggan ingin menggunakan transportasi laut perusahaan lainnya. Dalam masalah harga biasanya para pelanggan akan lebih mempertimbangkan dan pelanggan akan lebih memilih jasa Ferry yang lebih murah. Dibawah ini data hasil kuesioner yang berkaitan dengan harga.

**Tabel 1.2** Data Hasil Total Kuesioner Variabel harga.

No	Pertanyaan/pernyataan	% Ketidakpuasan pelanggan
1	Kesesuaian	70,00%
2	Keterjangkauan	73,33%
3	Keberagaman	66,66%
4	Keterbukaan	50,00%

**Sumber:** Peneliti 2017

Data dari harga diatas menunjukkan 70,00% pelanggan yang menyatakan bahwa harga yang diberikan tidak sesuai dengan fasilitas yang diterima, 73,33% pelanggan menyatakan harga yang diberikan tidak terjangkau, 66,66% pelanggan mengatakan bahwa harga yang diberikan tidak bervariasi, dan 50,00% pelanggan merasakan kurangnya keterbukaan informasi mengenai perubahan harga tiket.

Dari permasalahan tentang *responsiveness* dan harga terlihat bahwa pelanggan masih belum puas dengan apa yang di berikan oleh PT Pelayaran Nasional Samudra Tujuh. Hasil penelitian dengan variabel yang sama dilakukan oleh (Samhah, 2016) dengan judul penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan dan

Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. Dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa didapatkan variabel Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Dengan latar belakang tersebut diatas, penulis tertarik untuk mengangkat permasalahan tentang kepuasan pelanggan ini sebagai bahan penelitian dengan judul: “**Pengaruh *Reponsiveness* dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Pelayaran Nasional Samudra Tujuh**”.

### **1.2. Identifikasi Masalah**

Pokok permasalahan yang diidentifikasi dalam penelitian ini adalah.

1. Ketidak puasan terjadi karena kurang nya *responsiveness* di PT Pelayaran Nasional Samudra Tujuh.
2. Ketidak puasan terhadap harga tiket yang dijual oleh PT Pelayaran Nasional Samudra Tujuh.

### **1.3. Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka peneliti membatasi lingkup masalah sebagai berikut.

1. Pengaruh *responsiveness* dan harga terhadap kepuasan pelanggan.
2. Objek Penelitian adalah pelanggan di PT Pelayaran Nasional Samudra Tujuh di kota Batam.

#### **1.4. Rumusan Masalah**

Berdasarkan masalah ini penulis dapat menyimpulkan.

1. Apakah *responsiveness* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di PT Pelayaran Nasional Samudra Tujuh?
2. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di PT Pelayaran Nasional Samudra Tujuh?
3. Apakah *responsiveness* dan harga berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan di PT Pelayaran Nasional Samudra Tujuh?

#### **1.5. Tujuan Penelitian**

Relevan dengan masalah maka tujuan penelitian ini adalah.

1. Untuk mengetahui pengaruh *responsiveness* secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di PT Pelayaran Nasional Samudra Tujuh.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di PT Pelayaran Nasional Samudra Tujuh.
3. Untuk mengetahui pengaruh *responsiveness* dan harga secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan di PT Pelayaran Nasional Samudra Tujuh.

#### **1.6. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini adalah.

##### **1.6.1. Manfaat Teoritis**

1. Bagi Peneliti

Untuk menambah ilmu dan wawasan dibidang pemasaran tepatnya mengenai pengaruh *responsiveness* dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

## 2. Bagi Pengembangan Teori

Untuk memberikan informasi dan jasa sebagai tambahan pengetahuan mengenai bagaimana pengaruh *responsiveness* dan harga terhadap kepuasan pelanggan Pelayaran Nasional Samudra Tujuh.

### **1.6.2. Manfaat Praktis**

#### 1. Bagi PT Pelayaran Nasional Samudra Tujuh

Agar PT Pelayaran Nasional Samudra Tujuh dapat mengetahui pengaruh *responsiveness* dan harga terhadap kepuasan pelanggan Pelayaran Nasional Samudra Tujuh.

#### 2. Bagi Universitas Putera Batam

Agar dapat digunakan sebagai tambahan informasi dan bahan referensi untuk peneliti selanjutnya di fakultas ekonomi dan bisnis yang terkait dengan bidang pemasaran terutama mengenai pengaruh *responsiveness* dan harga terhadap kepuasan pelanggan Pelayaran Nasional Samudra Tujuh