

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan dunia usaha sekarang semakin ketat, terutama di era globalisasi saat ini yang membuat dunia seakan tanpa batas. Perkembangan bisnis di Indonesia semakin lama semakin menonjol akan kompleksitas, persaingan, dan perubahan. Persaingan yang semakin ketat menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kualitas layanan dan kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Faktor-faktor yang menentukan harapan pelanggan meliputi kebutuhan pribadi, pengalaman masa lampau, rekomendasi dari mulut ke mulut, dan iklan (Tjiptono, 2008: 28).

Di era modern ini sudah banyak perusahaan yang mendirikan usaha penyewaan alat berat, sehingga memicu persaingan yang ketat diantara perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang yang sama. Para pelaku bisnis ini harus melakukan berbagai upaya untuk tetap mempertahankan konsumen dan meningkatkan penjualannya, salah satu diantaranya memberikan layanan purnajual yang baik. Bagi perusahaan jasa sangatlah penting untuk mengatur strategi bagaimana meningkatkan kualitas layanan sehingga kepuasan konsumen dapat tercipta. Hal ini didukung oleh (Ningtias & Budiarti, 2017) yang menyatakan persaingan yang ketat akan membuat pelaku bisnis menjadi lebih bergairah dalam memberikan layanan terhadap pelanggan, dengan tujuan untuk

memberikan rasa puas terhadap pelanggan dan dapat memiliki daya saing dibandingkan kompetitor.

Dari sudut pandang intern perusahaan, diperlukan suatu strategi agar dapat memenangkan persaingan dalam merebut pasar. Karena konsumenlah yang sebenarnya menentukan sukses tidaknya suatu perusahaan. Kepuasan pelanggan merupakan faktor yang sangat menentukan dalam pemasaran, sebaliknya kekecewaan pelanggan dalam pemberian layanan bisa menjadikan kehancuran perusahaan di masa mendatang. Agar pelanggan dapat dipertahankan, tentu harus dilakukan dengan langkah-langkah yang optimal bagi pelanggan. Setiap perusahaan menyadari bahwa salah satu kunci untuk memenangkan persaingan adalah dengan menciptakan rasa puas pada diri pelanggan yang semakin kritis dan semakin sadar atas hak-hak mereka. Pelanggan yang merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan akan mengajukan keluhan-keluhan. Sebaliknya apabila pelanggan merasa puas dengan layanan yang diperoleh maka hal tersebut akan menciptakan hubungan yang baik antara perusahaan dengan pelanggan dimana akan terciptanya loyalitas pelanggan.

Untuk dapat mempertahankan loyalitas pelanggan, maka perusahaan yang bergerak di bidang jasa dituntut selalu meningkatkan kualitas layanan, memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan, serta memperhatikan keluhan mereka. Apabila perusahaan tidak memerhatikannya, maka pelanggan tersebut akan berpaling ke perusahaan lain yang menawarkan layanan yang lebih baik. Dengan memberikan pelayanan yang maksimal diharapkan dapat memberikan kepuasan dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Perusahaan dalam mencapai loyalitas pelanggan ini dapat terjadi jika pelanggan puas akan fasilitas layanan yang ditawarkan perusahaan. Menurut Kotler et al dalam (Haromain, 2016) kualitas layanan adalah “*Quality is the totality and characteristics of the product and service that bear on its ability to satisfy stated or implied need*” maksud dari definisi tersebut adalah kualitas merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung. Kepuasan pelanggan mempunyai tiga antasenden yaitu kualitas yang dirasakan, nilai yang dirasakan, dan harapan pelanggan. Kualitas yang dirasakan secara langsung mempunyai efek positif terhadap kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Kepuasan pelanggan secara keseluruhan akan berpengaruh negatif pada komplain pelanggan dan berpengaruh positif pada kesetiaan pelanggan (Usmara, 2008: 116).

Menurut Lewis, et al. dalam (Eka & Hernawan, 2017) kualitas layanan adalah sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Berikut lima dimensi kualitas layanan menurut Dabholkar, et.al. dalam (Eka & Hernawan, 2017) yaitu Aspek fisik (*physical aspects*), Keandalan (*reliability*), Interaksi pribadi (*personal interaction*), Pemecahan masalah (*problem solving*), dan Kebijakan (*policy*).

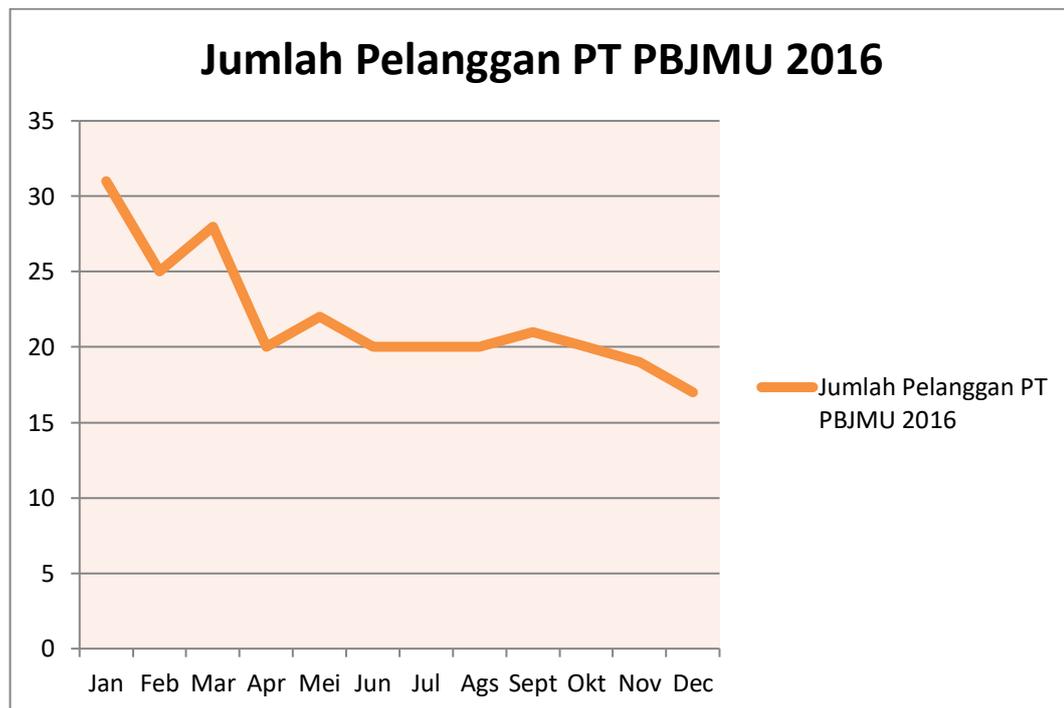
Menurut Zeithaml et al. dalam (Rasyid, 2017) kepuasan pelanggan adalah respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. Terdapat delapan strategi yang selama ini di terapkan berbagai organisasi dalam rangka memuaskan pelanggan menurut Tjiptono dan Chandra (Lubis, 2017) yaitu : (a)

manajemen ekspektasi pelanggan, (b) *relationship marketing and management*, (c) *aftermarketing*, (d) strategi retensi pelanggan, (e) *superior customer service*, (f) *technology infusion strategy*, (g) strategi penanganan complain secara efektif, (h) strategi pemulihan layanan.

Menurut Mowen dan Minor, dalam (Ningtias & Budiarti, 2017) loyalitas pelanggan merupakan kondisi di mana pelanggan mempunyai sikap positif terhadap suatu objek, mempunyai komitmen dan meneruskan pembeliannya. karakteristik loyalitas pelanggan menurut Griffin dalam (Eka & Hernawan, 2017) adalah sebagai berikut :

1. Melakukan pembelian berulang secara teratur (*Makes regular repeat purchases*). Melakukan pembelian ulang terhadap produk yang menjadi pilihan
2. Membeli diluar lini produk/ jasa (*Purchases cross product and service lines*). Membeli di luar lini produk. Hubungan dengan jenis pelanggan ini sudah kuat dan tidak mudah terpengaruh dengan penawaran produk lain.
3. Merekomendasikan kepada orang lain (*Refers other*). Menarik pelanggan baru untuk perusahaan dengan merekomendasikan kepada orang lain. Secara tidak langsung mereka telah melakukan pemasaran untuk perusahaan.
4. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing (*Demonstrates an immunity to the full of competition*).

PT Putra Batam Jasa Mandiri Utama merupakan perusahaan yang memberikan jasa di bidang transportasi. Perusahaan ini sudah berdiri dari tahun 1999 hingga sekarang dan berlokasi di kota Batam daerah Batu Ampar yang dapat bertahan meskipun sudah banyak perusahaan yang mendirikan usaha penyewaan alat berat, hal ini terbukti, Perusahaan PT Putra Batam Jasa Mandiri Utama tetap mampu bertahan dan berkembang disaat kondisi krisis seperti sekarang ini. Seiring dengan semakin bertambahnya usaha penyewaan alat berat, jumlah pelanggan PT Putra Batam Jasa Mandiri Utama selama periode setahun mengalami penurunan jumlah pelanggan.



Gambar 1.1 Jumlah Pelanggan PT PBJMU tahun 2016

Berdasarkan gambar 1.1 diatas dapat diketahui bahwa dalam periode setahun, Perusahaan PT Putra Batam Jasa Mandiri Utama hampir setiap bulannya

mengalami penurunan jumlah pelanggan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Fazain, 2017) dalam penelitiannya, Pengaruh harga, produk dan pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada wasis style Sidoarjo yang memperlihatkan bahwa perusahaan tersebut mengalami penurunan pelanggan seperti yang alami pada perusahaan PT Putra Batam Jasa Mandiri Utama. Hal ini disebabkan oleh pelanggan PT Putra Batam Jasa Mandiri Utama beralih ke perusahaan lain, karena lamanya pemberitahuan mengenai persetujuan penyewaan dan kurangnya fasilitas layanan yang diberikan oleh perusahaan. Selain itu, terdapat masalah lain pada perusahaan tersebut yaitu pengecekan persediaan alat-alat berat yang diminta pelanggan (penyewa) terkadang membutuhkan waktu yang lama sehingga kurang efisien bagi pelanggan maupun perusahaan yang bersangkutan. Serta juga kurangnya fasilitas yang diberikan oleh perusahaan PT Putra Batam Jasa Mandiri Utama yaitu kurangnya *safety* sehingga memungkinkan terjadinya kecelakaan yang tidak diinginkan menyebabkan pelanggan menjadi ragu untuk menyewa alat berat pada perusahaan tersebut dan lambatnya penyebaran informasi kepada pelanggan sehingga informasi yang diterima oleh pelanggan tidak *up to date*. Guna memperoleh pelanggan yang lebih banyak pada perusahaan PT Putra Batam Jasa Mandiri Utama juga menetapkan harga yang bersaing, sehingga tetap mampu menarik pelanggan dari kalangan perorangan maupun instansi tertentu. Ada tiga cara untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, yaitu : (a) Berinteraksi dengan pelanggan, (b) Mengembangkan program loyalitas, (c) Mempersonalisasikan pemasaran. Penelitian ini, didasarkan pada hasil penelitian Kotler dan Keller dalam (Lubis, 2017) penelitian tersebut diharapkan

kedepannya mencoba meneliti aspek bisnis lain, maka dalam penelitian ini dicoba untuk melakukan penelitian di bidang jasa transportasi.

Oleh karena begitu pentingnya loyalitas pelanggan bagi perusahaan, maka pada saat ini seluruh perusahaan baik yang memproduksi barang maupun jasa selalu berusaha agar konsumen loyal terhadap perusahaan. Keinginan untuk mendapatkan konsumen yang loyal terhadap perusahaan juga dialami oleh perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa. Untuk mendapatkan loyalitas dari pelanggan, perusahaan sebaiknya memperhatikan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa, maka kualitas layanan haruslah diutamakan. Kualitas layanan itu sendiri dapat diartikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Jadi untuk memenuhi kualitas pelayanan seperti yang diharapkan pelanggan, perusahaan harus memberikan layanan yang prima dan unggul.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas dan melihat pentingnya kepuasan dan loyalitas pelanggan bagi perusahaan, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul: **“PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT PUTRA BATAM JASA MANDIRI UTAMA DI KOTA BATAM”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian peneliti mengidentifikasi beberapamasalah sebagai berikut.

1. Menurunnya jumlah pelanggan dikarenakan pelayanan yang tidak cepat.
2. Pelayanan yang diberikan terkadang kurang memuaskan pelanggan.
3. Persaingan dalam merebut pelanggan yang semakin ketat.
4. Pengecekan persediaan alat-alat berat yang diminta pelanggan(penyewa) terkadang membutuhkan waktu yang lama sehingga kurang efisien bagi pelanggan maupun perusahaan yang bersangkutan.
5. Lamanya memberitahuan mengenai persetujuan penyewaan sehingga terdapat pelanggan yang membatalkan penyewaan bahkan beralih ke perusahaan lain.
6. Kurangnya fasilitas layanan yang diberikan oleh perusahaan sehingga pelanggan menjadi ragu untuk menyewa.
7. Lambatnya penyebaran informasi kepada pelanggan sehingga informasi yang diterima oleh pelanggan tidak *up to date*.

1.3.Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian dan identifikasi masalah yang telah dijabarkan sebelumnya, batasan masalah dalam penelitian ini adalah”Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan TerhadapLoyalitas Pelanggan Pada PT Putra Batam Jasa Mandiri Utama Di Kota Batam”

1.4.Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dijabarkan sebelumnya, peneliti merumuskan beberapa masalah, antara lain sebagai berikut.

1. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Putra Batam Jasa Mandiri Utama?
2. Apakah Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Putra Batam Jasa Mandiri Utama?
3. Apakah Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Putra Batam Jasa Mandiri Utama?

1.5.Tujuan Penelitian

Relevan dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah.

1. Untuk mengetahui apakah Kualitas Layanan pengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Putra Batam Jasa Mandiri Utama.
2. Untuk mengetahui apakah Kepuasan Pelanggan pengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Putra Batam Jasa Mandiri Utama
3. Untuk mengetahui apakah Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan pengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Putra Batam Jasa Mandiri Utama

1.6. Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini dapat memberi manfaat kepada berbagai pihak. Manfaat-manfaat tersebut adalah sebagai berikut.

1. Bagi Peneliti
 - a. Dengan penelitian ini saya lebih mengetahui kualitas layanan dan kepuasan pelanggan yang ada pada PT Putra Batam Jasa Mandiri Utama.
 - b. Dengan penelitian ini saya lebih mengetahui harapan dan keinginan pelanggan untuk memcapai suatu kepuasan didalamnya.
2. Kegunaan Praktis
 1. Dapat memenuhi wawasan serta pengetahuan dengan membandingkan teori yang sudah diterima dalam perkuliahan dengan kenyataan yang sesungguhnya yang telah terjadi dalam perusahaan, khususnya tentang kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan.
 2. Diharapkan dapat menjadi bahan referensi acuan yang bermanfaat bagi pengkajian dan penelitian yang sejenis sehingga bermanfaat bagi ilmu pengetahuan di bidang pemasaran khususnya mengenai kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan.
3. Kegunaan Akademis
 1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis serta menambah ilmu yang telah didapatkan dibangku kuliah.
 2. Penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar studi perbandingan dan referensi bagi penelitian lain yang sejenis.