

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN PENGGUNA JASA TRANSPORTASI CV. TRANEX
MANDIRI**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program Studi S1
Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas

Oleh

ANGGIA ADISTI

0810522056



**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2012**

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan yang semakin luas membuat masyarakat sadar akan pentingnya pelayanan yang memuaskan dan menyenangkan yang diberikan oleh suatu perusahaan. Pada saat ini kesadaran konsumen akan pentingnya nilai kualitas pelayanan (*Service Quality*) yang diberikan oleh perusahaan, baik dalam bentuk jasa maupun dalam bentuk barang semakin meningkat. Dari beberapa pengalaman menunjukkan bahwa atas pemberian suatu kualitas jasa/pelayanan tertentu akan menimbulkan penilaian yang berbeda dari setiap konsumen, karena tergantung dari bagaimana konsumen mengharapkan kualitas jasa/pelayanan tersebut (Zeithamal, 1996). Berdasarkan hal ini maka perusahaan jasa maupun barang hendaknya harus lebih memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan agar dapat menjaga eksistensinya dibenak konsumen.

Seperti yang kita ketahui bahwa di daerah Sumatra Barat terdapat berbagai daerah yang terdiri dari Kota ataupun Kabupaten, oleh karena itu masyarakatnyapun membutuhkan akses transportasi dengan kualitas pelayanan yang baik untuk dapat mencapai daerah tujuan. Kota Padang yang merupakan Ibukota Provinsi Sumatra Barat seringkali menjadi kota tujuan utama dari berbagai masyarakat daerah, hal ini dikarenakan infrastruktur kota Padang yang lengkap di banding daerah lainnya di Sumatra Barat. Hal diatas merupakan faktor utama yang menyebabkan meningkatnya persaingan dalam industri transportasi antarkota yang ada di Sumatera Barat.

Daerah Sumatra Barat khususnya di kota Padang banyak sekali usaha yang bergerak dalam bidang jasa transportasi, akan tetapi sangat sedikit yang dapat memberikan standar kualitas pelayanan yang baik, baik itu dalam segi pelayanan maupun dari segi sarana ataupun

prasarana. Pelayanan yang buruk seperti ketidakramahan karyawan dalam melayani penumpang serta mobil yang umur ekonomisnya sudah habis akan tetapi masih tetap dioperasikan, membuat penumpang menjadi tidak nyaman yang pada akhirnya apabila dibiarkan akan menimbulkan masalah yang besar bagi perusahaan. Selain kualitas pelayanan yang buruk, praktek pencaloan karcis ataupun agen marak terjadi dan hal inilah yang membuat konsumen merasa di tipu atau diperas karena biasanya agen atau calo karcis memungut biaya tambahan kepada konsumen (Setyawan, 2010).

Fenomena diatas menjadi faktor yang dapat menimbulkan ketidak nyamanan penumpang atau konsumen yang menggunakan jasa transportasi yang ada di kota Padang. Hal ini hendaknya menjadi perhatian bagi perusahaan-perusahaan transportasi yang ada di Sumatra Barat khususnya Kota Padang apabila ingin menciptakan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan jasa transportasi. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa membangun kualitas pelayanan dan mengelola respon emosi konsumen merupakan dasar bagi terbentuknya *service loyalty*. Dimana dibuktikan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan sehingga menjadi suatu respon kepada konsumen atas apa yang sudah diterima (Musanto, 2004). Semakin tinggi kualitas pelayanan yang di berikan maka semakin tinggi pula loyalitas dan penciptaan respon emosi yang positif dari konsumen. Dalam konsep yang disusun oleh Parasuraman (1985) atau dikenal sebagai *servqual* menyebutkan kualitas pelayanan terdiri dari lima dimensi yaitu *reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibels*. Pendekatan *servqual* memiliki keuntungan dalam memberikan skala pengukuran kualitas pelayanan yang telah teruji.

Perusahaan CV. Tranex mandiri merupakan salah satu badan usaha yang mengkonsentrasikan salah satu bidangnya di sektor industri jasa transportasi antar kota di Sumatra Barat yaitu dengan rute daerah Padang-Bukittinggi, Padang-Payakumbuh, Padang-Sungai Limau, Padang-Sungai Geringging serta Tranex Mandiri yang beroperasi ke

Bandara Internasional Minangkabau (BIM). CV Tranex Mandiri dalam memenuhi dan memuaskan keinginan konsumennya telah berupaya menyediakan armada/bus-bus sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

CV. Tranex Mandiri berupaya memberikan pelayanan yang terbaik kepada para penumpangnya. Persaingan yang semakin ketat dalam jasa transportasi, menuntut CV. Tranex Mandiri untuk meningkatkan kualitas dan nilai pelayanan yang diberikan kepada penumpang agar dapat mempertahankan eksistensinya sebagai jasa angkutan yang memiliki aset cukup besar dibandingkan dengan jasa angkutan lainnya yang dapat memberikan kepuasan optimal kepada penumpang yang menggunakan jasa angkutan. Bagi pemakai jasa yang diutamakan dalam soal pengangkutan adalah aman, tertib, teratur, memuaskan, cepat, serta menyenangkan (Setyawan, 2010). Tinggi rendahnya pendapatan (income) suatu perusahaan angkutan tergantung pada pelayanan yang diberikan pada masyarakat sebagai pengguna jasa angkutan.

Namun mengingat begitu tingginya persaingan yang terjadi antara perusahaan-perusahaan bus dan perang tarif tiket menyebabkan jumlah penumpang yang menggunakan jasa angkutan CV. Tranex Mandiri mengalami penurunan. Hal ini juga terjadi karena adanya beberapa faktor internal, seperti keterlambatan keberangkatan sehingga pelanggan merasa jenuh untuk menunggu, karyawan (supir) yang tidak profesional serta Air Conditioner (AC) yang kurang optimal.

Hal ini memicu pada permasalahan loyalitas dari konsumen dan respon emosi konsumen pada perusahaan tersebut. Dimana pendapatan perusahaan dan *image* perusahaan akan menurun dikarenakan bisa jadi konsumen akan berpaling ke perusahaan jasa lain yang memiliki keunggulan dalam fasilitasnya dari perusahaan "CV Tranex Mandiri". Karakteristik perusahaan yang menumbuhkan *service loyalty* salah satunya adalah memberikan perhatian

akan kelemahan perusahaannya dan selalu melihat kualitas *service* dari pesaingnya untuk dapat meningkatkan pelayanan, sehingga konsumen memberikan respon emosi yang positif karena puas dan selalu melakukan pembelian jasa ulang serta menceritakan kepuasannya kepada orang lain.

Berdasarkan hal tersebut maka peneliti ingin mengetahui loyalitas kepada pelanggan “CV Tranex Mandiri”. Sehingga penulis dapat mengambil judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PENGGUNA JASA TRANSPORTASI CV. TRANEX MANDIRI SUMATRA BARAT”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis kemukakan maka yang menjadi perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah pengaruh *tangibles* terhadap loyalitas pengguna jasa transportasi CV. Tranex mandiri ?
2. Bagaimanakah pengaruh *reliability* terhadap loyalitas pengguna jasa transportasi CV. Tranex Mandiri?
3. Bagaimanakah pengaruh *responsiveness* terhadap loyalitas pengguna jasa transportasi CV. Tranex Mandiri?
4. Bagaimanakah pengaruh *assurance* terhadap loyalitas pengguna jasa transportasi CV. Tranex Mandiri?
5. Bagaimanakah pengaruh *empathy* terhadap loyalitas pengguna jasa transportasi CV. Tranex Mandiri?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan perumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *tangibles* terhadap loyalitas pengguna jasa transportasi CV. Tranex mandiri.
2. Untuk mengetahui pengaruh *reliability* terhadap loyalitas pengguna jasa transportasi CV. Tranex Mandiri.
3. Untuk mengetahui pengaruh *responsiveness* terhadap loyalitas pengguna jasa transportasi CV. Tranex Mandiri.
4. Untuk mengetahui pengaruh *assurance* terhadap loyalitas pengguna jasa transportasi CV. Tranex Mandiri.
5. Untuk mengetahui pengaruh *empathy* terhadap loyalitas pengguna jasa transportasi CV. Tranex Mandiri.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi pihak CV. Tranex Mandiri

Sebagai sumbangan pemikiran yang bermanfaat bagi CV. Tranex Mandiri untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan dimasa yang akan datang dalam hal memuaskan dan mempertahankan loyalitas pengguna jasa angkutan CV. Tranex Mandiri.

2. Bagi kalangan akademisi

Sebagai menambah khasanah dan memperkaya penelitian ilmiah di Universitas Andalas, khususnya di Program Studi Manajemen.

3. Bagi peneliti

Sebagai menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti, khususnya mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pengguna jasa angkutan dan menerapkan teori-teori yang diperoleh selama perkuliahan serta melatih kemampuan berfikir secara sistematis.

4. Bagi peneliti selanjutnya

Sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji masalah yang sama di masa mendatang.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Lingkup bahasan yang diteliti adalah bagaimana kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy* mempengaruhi loyalitas pengguna jasa transportasi. Subyek penelitian ini adalah konsumen yang pernah menggunakan jasa transportasi CV. Tranex Mandiri dan tetap menggunakannya hingga saat sekarang.

1.6 Sistematika Penulisan

Pembahasan penelitian akan dibagi menjadi 5 bab dengan sistematika berikut ini :

BAB I Merupakan pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II Merupakan landasan teori yang membahas teori yang relevan dengan penelitian yang akan diadakan.

- BAB III Merupakan metode penelitian yang berisi tentang pembahasan desain penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian, definisi operasional variabel, jenis data yang digunakan, teknik pengumpulan data serta teknik analisis data.
- BAB IV Merupakan pembahasan yang meliputi karakteristik responden, hasil analisis data serta pembahasan dan implikasinya.
- BAB V Merupakan penutup yang meliputi kesimpulan dan saran.