

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Para pelaku usaha harus berlomba - lomba dalam memperluas dan menjaga kestabilan bisnis yang dirintisnya, salah satu bentuk persaingan yang dilakukan adalah persaingan dalam mendapatkan konsumen dan mempertahankan konsumennya. Dalam kondisi tersebut menuntut perusahaan untuk menciptakan strategi khusus agar mampu bersaing dengan pelaku usaha yang lain. Menurut Thio (2010), dalam kondisi persaingan yang ketat seperti ini, hal utama yang harus diprioritaskan oleh perusahaan yang bergerak dibidang pelayanan adalah kepuasan pelanggan agar dapat bertahan, bersaing, dan menguasai pangsa pasar. Dengan menyadari bahwa sebenarnya nilai merupakan sintesa dari sejumlah hal yang diantaranya adalah kualitas dan pelayanan pelanggan, maka keputusan atau ketidakpuasan pelanggan menjadi topik yang menarik untuk dibicarakan dan dibahas pada setiap kesempatan yang ada.

Kepuasan pelanggan merupakan kunci keberhasilan dan kelangsungan hidup suatu usaha secara berkelanjutan. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul setelah membandingkan antara persepsi atau pemikiran terhadap kinerja (hasil kerja suatu produk atau jasa) dengan apa yang diharapkan (Kotler & Keller, 2014). Kepuasan pelanggan sebagai tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa (Tjiptono, 2014).

Kepuasan pelanggan merupakan tolak ukur atas keberhasilan pelayanan, apabila pelayanan yang diberikan cukup baik maka hasilnya akan memuaskan begitu sebaliknya apabila pelayanan tidak baik hasilnya juga mengecewakan. Menurut Tjiptono (2014), Kualitas pelayanan berarti sebagai ukuran seberapa baik tingkat pelayanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi (harapan) dari pelanggan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan ditentukan dari bagaimana kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan maupun keinginan pelanggan sesuai apa yang diharapkan oleh pelanggan.

Perusahaan harus mampu menjaga kepuasan pelanggan dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi. Bagi perusahaan yang bergerak di sektor jasa, pemberian pelayanan yang berkualitas pada pelanggan merupakan hal mutlak yang harus dilakukan apabila perusahaan ingin mencapai keberhasilan. Dalam melakukan pelayanan ada beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas pelayan tersebut. Menurut Lupiyoadi (2011), terdapat lima dimensi utama yang disusun sesuai urutan tingkat kepentingan relatifnya sebagai berikut : *Tangible* (wujud fisik), *Emphaty* (kepedulian), *Responsiveness* (daya tanggap), *Reability* (kehandalan), dan *Assurance* (jaminan).

Kehandalan dapat dilihat dari kemampuan untuk memberikan jasa secara akurat sesuai yang dijanjikan, jaminan dapat dilihat dari pengetahuan

dan kemampuan karyawan untuk melayani dengan rasa percaya diri, bukti fisik dapat dilihat dari fasilitas yang kasat mata yang dapat dinikmati langsung oleh konsumen, empati yaitu karyawan harus memberikan perhatian secara individu kepada pelanggan dan mengerti kebutuhan pelanggan, sedangkan daya tanggap yaitu kemampuan karyawan untuk membantu pelanggan menyediakan jasa dengan cepat sesuai dengan yang diinginkan pelanggan. Salah satu cara menciptakan pelayanan yang berkualitas adalah perusahaan dapat membedakan dirinya sendiri dengan cara konsisten menyampaikan mutu lebih tinggi ketimbang pesaingnya, sehingga perusahaan melakukan interaksi dengan pelanggan yang disertai umpan balik sebagai kontrol dan ukuran keberhasilan.

Penelitian ini dilakukan pada pelanggan PT. KAI DAOP 7 Madiun. Dimana hasil observasi sederhana yang dilakukan menemukan bahwa terdapat penurunan kepuasan pelanggan kereta api di DAOP 7 Madiun. Penurunan kepuasan pelanggan tersebut di duga disebabkan oleh perawatan fasilitas stasiun yang kurang seperti AC yang kurang dingin atau bahkan mati, tempat duduk di ruang tunggu penumpang yang kurang, beberapa karyawan PT. KAI DAOP 7 Madiun dinilai kurang baik dalam memberikan perhatian individu kepada pelanggan.

Berdasarkan penjabaran fenomena masalah tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. KAI DAOP 7 Madiun”

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan penjabaran pada latar belakang maka rumusan permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut;

- a. Apakah Tengible berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan PT. KAI DAOP 7 Madiun?
- b. Apakah Reliability berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan PT. KAI DAOP 7 Madiun?
- c. Apakah Responsive berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan PT. KAI DAOP 7 Madiun?
- d. Apakah Assurance berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan PT. KAI DAOP 7 Madiun?
- e. Apakah Empaty berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan PT. KAI DAOP 7 Madiun?
- f. Apakah Tengible, Reliability, Responsive, Assurance, dan Empaty secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan PT. KAI DAOP 7 Madiun?

1.3. Tujuan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi sarana pengetahuan bagi pembaca untuk:

- a. Mengetahui apakah Tengible berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan PT. KAI DAOP 7 Madiun.
- b. Mengetahui apakah Reliability berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan PT. KAI DAOP 7 Madiun.

- c. Mengetahui apakah Responsive berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan PT. KAI DAOP 7 Madiun.
- d. Mengetahui apakah Assurance berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan PT. KAI DAOP 7 Madiun.
- e. Mengetahui apakah Emphaty berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan PT. KAI DAOP 7 Madiun.
- f. Mengetahui apakah Tengible, Relibility, Responsice, Assurance dan Emphatym secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan PT. KAI DAOP 7 Madiun.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memebrikan manfaat kepada beberapa pihak diantaranya sebagai berikut :

- a. Bagi akademik

Hasil penelitian ini diharapkan bisa sebagai bahan kajian, bahan pertimbangan dan juga sebagai referensi terkait dengan fenomena tentang kepuasan konsumen.

- b. Bagi Peneliti

Upaya mengkaji dan menganalisis sebuah fenomena yang sedang trend tentang transportasi kereta khususnya terkait kepuasan konsumen pengguna jasa kereta api

- c. Bagi Pihak perusahaan

Hasil penelitian ini kelak dapat memberikan masukan atau menjadi salah satu refrensi bagi pihak perusahaan PT. KAI DAOP 7 Madiun dalam menciptakan peningkatan kepuasan konsumen dan

mengetahui bagaimana meningkatkan dan mempertahankan kepuasan konsumen melalui peningkatan kualitas pelayanan.

