

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan jasa transportasi saat ini, membuat banyak perusahaan transportasi yang memaksimalkan kinerjanya agar dapat bersaing dengan perusahaan transportasi lainnya. Sebuah perusahaan transportasi harus bekerja keras untuk memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, maka hal tersebut akan menciptakan kepuasan bagi pelanggan itu sendiri. Transportasi merupakan suatu sarana yang penting dalam membantu roda perekonomian, salah satunya adalah transportasi darat.

Dalam perkembangan transportasi dan kecanggihan teknologi menyebabkan manusia cenderung memilih transportasi yang cepat dan terjangkau. Menyadari peranan transportasi darat khususnya pelayanan yang harus seimbang dengan tingkat kebutuhan dan tersedianya pelayanan angkutan yang ramah, aman, cepat, lancar, tertib, teratur, nyaman, selamat dan efisien. Salah satu transportasi umum yang sering dipakai adalah kereta api. Kereta api merupakan sarana perkeretaapian dengan tenaga gerak, baik berjalan sendiri maupun dirangkaikan dengan sarana perkeretaapian lainnya, atau bergerak di jalan rel yang terkait dengan perjalanan kereta api.

KA Kaligung merupakan salah satu kereta api kategori lokal khususnya untuk wilayah pantura Jawa Tengah. KA Kaligung melalui berbagai stasiun lokal seperti

Semarang, Pekalongan, Pemalang dan Tegal. Hal terpenting pada suatu bisnis jasa adalah memiliki karakter yang berbeda di tiap bidang perusahaan. Suatu hal yang harus dipertimbangkan oleh PT. KAI dalam menjalankan kegiatan usahanya adalah dengan memberikan kepuasan kepada pelanggan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Perasaan senang atau kecewa seorang pelanggan dinilai dari hasil perbandingan kinerja produk atau kinerja layanan yang diterima dengan harapan. Apakah pelanggan merasa puas setelah pembelian bergantung pada kinerja tawaran yang berhubungan dengan harapan pelanggan. Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja yang sesuai dengan harapan. Harapan dari pelanggan tersebut timbul karena dipengaruhi oleh pengalaman dalam pembelian sebelumnya, nasihat teman atau teman sebidang, ataupun informasi pemasar dan para pesaingnya yang diperoleh (Khasanah, 2015).

Bisnis pada bidang jasa selalu mementingkan prinsip terutama nilai pelanggan terhadap perusahaan itu sendiri. Pada suatu nilai untuk waktu saat ini menjadi penting bagi pelanggan, akan tetapi pada waktu kedepan nilai akan semakin berkembang. Menurut McDougall *and* Levesque dalam (Hami, Suharyono and Hidayat, 2016) nilai adalah perbedaan yang bisa dirasakan oleh pelanggan dari pengorbanan biaya untuk membeli dibandingkan dengan manfaat yang bisa diperoleh. Nilai pelanggan adalah suatu pilihan yang dirasakan oleh pelanggan serta mengevaluasi terhadap produk, kinerja dan konsekuensi yang timbul dari penggunaan produk untuk mencapai harapan dan maksud konsumen ketika menggunakan produk. Adapun kaitan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan dan juga dengan nilai pelanggan sebagai persepsi pelanggan terhadap konsekuensi yang diinginkan dari penggunaan produk

tersebut. Semakin naik persepsi nilai pelanggan maka semakin tinggi kepuasan pelanggan (Khasanah, 2015).

Perusahaan yang memahami para pelanggannya akan mengoptimalkan nilai pada setiap jasa pelayanannya. Persepsi konsumen tentang kualitas layanan merupakan proses yang kompleks seperti pada PT. KAI yang mampu melayani dengan sepenuh hati sehingga membuat nyaman para penumpangnya. Kualitas memiliki hubungan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan (Isnain and Sutopo, 2014). Banyak perusahaan beranggapan apabila pelanggan merasa puas maka pelanggan tersebut akan menjadi pelanggan yang loyal dan memberikan respon positif yang bermanfaat bagi perusahaan.

Loyalitas pelanggan adalah pelanggan yang tidak hanya membeli ulang pada suatu produk atau jasa tetapi juga mempunyai komitmen dan sikap positif terhadap kepuasan jasa, misalnya dengan merekomendasikan produk atau jasa ke orang lain untuk membeli (Hatta, 2015). Loyalitas pelanggan adalah kebiasaan perilaku pengulangan pembelian konsumen, keterkaitan dan keterlibatan yang tinggi pada pilihannya dan bercirikan dengan pencarian informasi eksternal dan evaluasi alternative (Siregar, 2019).

Tabel 1. 1
Jadwal Keberangkatan dan Harga Tiket
KA Kaligung Relasi Semarang Poncol – Tegal / Brebes

No KA	Jam Keberangkatan	Harga Tiket
401	06.40 – Brebes 09.04	Rp. 50.000
407	08.55 – Brebes 11.29	Rp. 50.000
403	14.00 – Tegal 16.08	Rp. 50.000
405	16.35 – Tegal 18.45	Rp. 50.000
11209	19.40 – Tegal 21.50	Rp. 50.000

Sumber : https://www.kai.id/information/full_news/1240-launching-penambahan-ka-kaligung-menjadi-10-perjalanan-setiap-harinya

Tabel 1. 2
Jadwal Keberangkatan dan Harga Tiket
KA Kaligung Relasi Tegal / Brebes – Semarang Poncol

No KA	Jam Keberangkatan	Harga Tiket
408	Brebes 04.35 – 07.08	Rp. 50.000
402	Brebes 10.00 – 12.25	Rp. 50.000
406	Brebes 12.15 – 15.10	Rp. 50.000
404	Tegal 16.50 – 19.00	Rp. 50.000
11270	Tegal 20.35 – 22.43	Rp. 50.000

Sumber : https://www.kai.id/information/full_news/1240-launching-penambahan-ka-kaligung-menjadi-10-perjalanan-setiap-harinya

Tabel 1. 3
Data Jumlah Penumpang KA Kaligung
Periode 2014-2018

TAHUN	JUMLAH PENUMPANG
2014	905.892
2015	1.052.835
2016	1.158.838
2017	1.422.916
2018	1.787.847

Sumber : https://www.kai.id/information/full_news/1240-launching-penambahan-ka-kaligung-menjadi-10-perjalanan-setiap-harinya

Berdasarkan dari Tabel 1.1, Tabel 1.2, Tabel 1.3 data okupansi KA Kaligung Jurusan Semarang-Tegal tahun 2014-2018 menunjukkan terjadi fluktuasi jumlah penumpang setiap tahunnya dan mengalami kenaikan tiap tahunnya dan kenaikan

yang dialaminya juga stabil dan harga tiket untuk kereta sendiri juga sangat terjangkau dan tidak ada perubahan harga. Meskipun demikian nilai peningkatan jumlah penumpang antara tahun 2014 hingga 2018 mengalami kondisi fluktuatif. Untuk tahun 2015 jumlah penumpang mengalami peningkatan sebesar 146.943 penumpang akan tetapi untuk tahun 2016 nilai peningkatan penumpang berkurang sejumlah 40.940 penumpang sehingga nilai peningkatan penumpang untuk tahun 2016 sejumlah 106.003 penumpang. Tahun 2017 nilai peningkatan jumlah penumpang sebesar 158.075 penumpang. Akan tetapi untuk tahun 2018 terjadi permasalahan serupa dimana nilai peningkatan jumlah penumpang menurun sebesar 57.222 penumpang sehingga nilai peningkatan jumlah penumpang untuk tahun 2018 hanya sebesar 100.853 penumpang. Mengacu pada nilai fluktuasi ini maka peneliti akan mengkaji kembali terkait ketepatan pelayanan yang diberikan pada KA KALIGUNG, nilai dari pelanggan serta kepuasan penumpang selaku konsumen untuk menumbuhkan rasa loyalitas menggunakan mode transportasi kereta api ini.

Penelitian terkait kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan telah banyak dilakukan, namun terdapat perbedaan antar hasil dari masing-masing penelitian. Penelitian yang dilakukan oleh (Musqari and Huda, 2018) menemukan bahwa kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Harpadeles, 2016) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif terhadap loyalitas pelanggan.

Dan penelitian terkait nilai pelanggan dan loyalitas pelanggan pun telah banyak dilakukan, namun juga terdapat perbedaan antar hasil dari masing - masing penelitian. Penelitian tersebut telah dilakukan oleh (Wulandari, 2018) menunjukkan bahwa nilai

pelanggan tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Khasanah, 2015) menunjukkan bahwa nilai pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dalam penelitian ini saya tertarik untuk mengambil judul penelitian yaitu **“Model Peningkatan Loyalitas Pelanggan Melalui Kualitas Pelayanan, Nilai Pelanggan, dan Kepuasan Pelanggan Kereta Api Kaligung”**

1.2 Rumusan Masalah

Pada Research Gap diatas terdapat perbedaan penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dan nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Oleh karena itu permasalahan dalam penelitian ini adalah terdapat kontroversi dari hasil penelitian terkait dengan pengaruh kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini menunjukkan adanya peningkatan jumlah penumpang Kereta Api Kaligung setiap tahunnya. Namun, dalam memperoleh kepuasan pelanggan serta loyalitas pelanggan diperlukan pemahaman pada kualitas pelayanan serta nilai pelanggan terhadap PT. KAI khususnya Kereta Api Kaligung.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada transportasi Kereta Api Kaligung?
2. Bagaimana pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada transportasi Kereta Api Kaligung?

3. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada transportasi Kereta Api Kaligung?
4. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada transportasi Kereta Api Kaligung?
5. Bagaimana pengaruh nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada transportasi Kereta Api Kaligung?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada transportasi Kereta Api Kaligung.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada transportasi Kereta Api Kaligung.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada transportasi Kereta Api Kaligung.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada transportasi Kereta Api Kaligung.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada transportasi Kereta Api Kaligung.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan menjadi panduan bagi pengembangan ilmu pengetahuan yang

berhubungan dengan kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat memberikan alternatif kepada konsumen setelah mengerti tentang kualitas pelayanan serta nilai pelanggan dalam kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan disertai dengan analisis.

