BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Transportasi merupakan bagian terpenting dan sangat dibutuhkan dalam kehidupan masyarakat. Kebutuhan akan transportasi merupakan hal pokok dalam kehidupan sehari-hari. Manusia memerlukan alat dalam mempermudah perjalanannya sehingga dapat menunjang aktifitas ekonomi serta mempengaruhi hampir semua aspek kehidupan. Salah satu transportasi yang sering digunakan oleh manusia untuk angkutan barang atau jasa adalah kereta api.

Industri perkeretaapian saat ini dikelola sepenuhnya oleh negara sebagai sebuah perusahaan layanan publik dengan nama PT Kereta Api Indonesia (Persero) yang disingkat dengan PT KAI (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 1992 Tentang Perkeretaapian Bab 3 Pasal 4), sehingga PT KAI memiliki tanggung jawab melayani kebutuhan transportasi seluruh lapisan masyarakat dengan layanan yang baik dan biaya yang terjangkau.

PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop IX Jember merupakan salah satu perusahaan yang selalu berusaha memberikan pelayanan yang terbaik untuk para konsumennya. PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop IX Jember terdiri dari berbagai stasiun-stasiun yaitu dari stasiun Pasuruan sampai Banyuwangi Baru. Kualitas pelayanan sangat penting dalam industri jasa perkeretaapian khususnya

dalam industri jasa yang memerlukan suatu tingkat keunggulan melalui peningkatan kualitas pelayanan.

Sejak tahun 2009 setiap orang tidak boleh keluar masuk peron kecuali penumpang yang mempunyai tiket dan petugas kereta api. Pada 2012 pedagang kaki lima (PKL) atau pedagang asongan tidak diperkenankan berjualan di dalam kereta api (Permendagri, Nomor 41 Tahun 2012 Pasal 32 dan 38) dan tempat duduk di dalam kereta api diatur sesuai dengan yang dipesan konsumen, dan pada tahun 2013 PT Kereta Api Indonesia (Persero) menambah fasilitas AC *(air conditioning)* pada gerbong kereta api kelas ekonomi sebagai bentuk peningkatan kualitas pelayanan (www.bumn.go.id).

Pada PT Kereta Api Indonesi (Persero) stasiun kota Jember ada beberapa pelayanan yang diberikan berupa fasilitas di stasiun dan di dalam kereta api. Di stasiun meliputi adanya petugas *porter* yang membantu penumpang kereta api membawa barang-barangnya, petugas cetak tiket mandiri (CTM) yang membantu penumpang ketika membeli tiket secara *online*, petugas *customer service* yang membantu penumpang sebelum membeli tiket untuk mendapatkan informasi tentang nama kereta api dan harganya, petugas loket tiket yang melayani dalam membeli tiket, serta petugas pintu *boarding* yang mengecek tiket penumpang sebelum memasuki peron. Di atas kereta api ada petugas *customer service on train* yang membantu penumpang dalam mencari tempat duduk sesuai dengan yang dipesan.

Konsumen adalah orang yang membeli atau menggunakan jasa atau produk. Pada dasarnya konsumen lebih cenderung memilih fasilitas yang memberi

kenyamanan dan ketenangan, meliputi lingkungan yang bersih dan rapi, lingkungan yang ramah dan indah, serta pelayanan yang baik dari karyawan. Pelayanan yang baik akan menimbulkan dampak positif bagi perusahaan dan terhadap konsumen. Sejalan dengan itu, Kotler (dalam Semuel 2009) memandang bahwa kualitas harus dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir pada persepsi konsumen. Citra kualitas baik atau buruk bukan sepenuhnya dinilai dari pemberi jasa kereta api, tetapi dari tanggapan dan presepsi konsumen yang menggunakan jasa kereta api, sehingga perusahaan sebisa mungkin memberikan pelayanan yang terbaik untuk konsumen atau pengguna jasa kereta api untuk mengahasilkan nilai dan tujuan yang sesuai dengan harapan. Kualitas juga memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan (Tjiptono, dalam Andayani 2010).

Berdasarkan hasil wawancara pada penumpang PT Kereta Api Indonesia (Persero) stasiun kota Jember, pengguna jasa transportasi kereta api menggunakan kereta api karena biaya yang terjangkau, kesesuaian jadwal pemberangkatan dan pemberhentian atau kedatangan kereta api, petugas loket tiket lebih mendahulukan penumpang *go show* karena untuk mempercepat proses pembelian tiket, merasa lebih aman dan nyaman saat perjalanan. Pengguna jasa kereta api mendapat keuntungan ketika menggunakan kereta api seperti cepat menghindari kemacetan dan bisa memilih tempat duduk sesuai dengan yang diinginkan. Pengguna jasa kereta api mengatakan bahwa tetap bersedia menggunakan kereta api walaupun pernah terjadi kecelakaan karena adanya kepercayaan terhadap perusahaan. Pengguna jasa kereta

api juga mengatakan bahwa akan memberi tanggapan tentang perubahan-perubahan pelayanan secara langsung ataupun melalui kotak saran yang sudah disediakan oleh perusahaan. Pengguna kereta api akan menggunakan kereta api secara terus-menerus setelah harapannya terpenuhi oleh perusahaan.

Beberapa pengguna jasa kereta api akan menceritakan kepada orang lain tentang pelayanan yang sudah didapatkannya. Jika pelayanan yang didapatkan sesuai dengan harapannya, mereka akan merekomendasikan kepada orang lain yang meminta saran untuk menggunkan kereta api sebagai alat transportasinya. Alasan pengguna kereta api untuk cenderung menggunakan kereta api secara konsisten dan berulang karena atas dasar ingatan dan pengalaman mereka saat pertama kali atau beberapa kali menggunakan kereta api sebelum mereka memutuskan untuk berlangganan secara konsisten.

Konsumen yang mendapatkan pelayanan yang berkualitas sesuai dengan harapan dan keinginannya, konsumen tersebut akan percaya bahwa perusahaan mampu memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Pelayanan yang berkualitas yang diharapkan konsumen adalah pelayanan yang tepat waktu, seperti pemberangkatan dan pemberhentian kereta api yang sesuai jadwal. Mendahulukan pemberangkatan langsung (beli tiket saat itu juga ketika mau berangkat), siap dan tanggap karyawan dalam melayani konsumen, ketersediaan dalam melayani konsumen, membantu konsumen dan memudahkannya dalam mencari informasi, karyawan ramah dalam melayani konsumen, penampilan staf karyawan yang rapi dan profesional, sarana dan prasarana yang bersih dan nyaman. Pelayanan tersebut juga termasuk pelayanan yang

berkualitas yang diharapkan kosnumen. Ketika konsumen merasa bahwa pelayanan yang diterimanya sesuai dengan pelayanan yang diharapkan, maka konsumen akan cenderung menggunakan jasa perusahaan secara konsisten dan terus-menerus.

Penelitian Dick dan Basu (dalam Karsono, 2008) Loyalitas ditentukan oleh kekuatan dari hubungan antara sikap relatif dan pengulangan berlangganan. Loyalitas adalah salah satu cara dimana konsumen mengekspresikan kepuasannya atas performa produk atau jasa yang diterimanya (Bloemer dan Kasper, dalam Karsono 2008). Menurut Bagram (2012), konsumen yang mendapatkan pelayanan sesuai dengan harapannya, dan mendapatkan keuntungan saat menggunakan jasa perusahaan, mereka akan merasa puas terhadap pelayanan perusahaan. Sejalan dengan itu, akan timbul kepercayaan pada diri konsumen untuk tetap menggunakan jasa perusahaan karena perusahaan telah memenuhi kebutuhannya, sehingga konsumen akan menggunakan jasa perusahaan secara terus menerus dan konsisten terhadap perusahaan. Loyalitas konsumen tergantung pada kualitas pelayanan yang dirasakan konsumen.

Kualitas pelayanan sangat penting bagi perusahaan yang menyediakan jasa karena berpengaruh pada penilaian konsumen terhadap perusahaan, maka peneliti akan meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen agar PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop IX Jember dapat meningkatkan kualitas pelayanannya untuk tetap mempertahankan loyalitas konsumen.

B. Masalah Penelitian

Masalah penelitian ini adalah bagaimana dan sejauh mana kualitas pelayanan mempengaruhi loyalita konsumen jasa transportasi pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) stasiun kota Jember?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen jasa transportasi dan memberikan informasi pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) stasiun kota Jember.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini antara lain :

1. Manfaat Teoritis

Memberi sumbangan bagi pengembangan ilmu psikologi, khususnya pada bidang psikologi industri dan organisasi dalam hal perlunya pemahaman tentang bagaimana kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas konsumen.

2. Manfaat Praktis

a) Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan sebagai acuan bagi PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop IX Jember dalam meningkatkan kualitas pelayanannya untuk menciptakan loyalitas konsumen.

b) Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini dapat dipergunakan sebagai refrensi untuk penelitian selanjutnya dan memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

E. Keaslian Penelitian

Keaslian penelitian ini dapat dilihat dari beberapa penelitian yang memiliki tema serupa, yaitu :

1. **Nugroho, AW. Dkk. (2013). Pengaruh Kinerja Layanan, Kepercayaan, dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang. Jouranl of Management, Volume 02, Nomor 03, Halaman 1 – 9.**

   Penelitian ini mendeskripsikan tentang pengaruh kinerja layanan, kepercayaan, dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen dalam menggunakan jasa pengiriman barang. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 58 orang dengan populasi konsumen yang masi aktif menggunakan jasa pengiriman barang. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *Acidental Purposive Sampling.* Penelitian ini diukur melalui kuesioner dengan menggunakan skala likert. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja layanan, kepercayaan dan kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap pelanggan. Artinya semakin tinggi kinerja layanan, kepercayaan dan kepuasan konsumen maka akan berdampak dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

2. **Poku, K. Dkk. (2013). Impact of Service Qualty on Cutomer Loyalty in the Hotel Industry: An Empirical Study from Gana. International Review of Management and Business Research. Volume 2, Issue 2.**

Penelitian ini membahas tentang kontribusi yang signifikan dalam perkembangan hotel yang ada di Ghana. Sampel yang diambil berjumlah 50 pelanggan yang menginap dan 5 anggota staf yang diambil secara *random* dari 3 hotel di Kumasi, sebuah kota terkemuka di Ghana. Penelitian ini menggunakan model SERVQUAL melalui kuesioner survei dan wawancara. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan tidak hanya berdasarkan klasifikasi hotel, tetapi berdasarkan kualitas layanan yang memberikan nilai positif terhadap hotel tersebut. Penelitian ini menunjukkan bahwa keunggulan sebuah hotel tidak pada klasifikasinya, tetapi faktor-faktor layanan yang memberikan nilai positif dan berdampak pada loyalitas pelanggan.

3. **Bagram, M.M.M & Shahzad, K. (2012). Attaining Customer Loyalty! The Role of Cunsumer Attitude and Cunsumer Behavior. International Review of Management and Business Research, Volume 1, Issue 1**

Penelitian ini mengkaji tentang bagaimana kepuasan pelanggan dan retensi pelanggan berkontribusi terhadap loyalitas pelanggan dalam memilih *handset mobile.* Sampel yang diambil berjumlah 120 dipilih secara acak dari tiga Universitas di Peshawar (Universitas Preston, Universitas Sarhad dan Universitas Teknologi dan Sains). Analisis dilakukan dengan bantuan SPSS 19. Hasil pene;itian ini menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan lebih tergantung pada kepuasan pelanggan dibandingkan dengan retensi pelanggan. Nilai pelanggan dan persepsi pelanggan pada kualitas pelayanan merupakan faktor utama yang

berkontribusi untuk loyalitas pelanggan dari mahasiswa Universitas dalam memilih *handset mobile.*

Berdasarkan penelitian-penelitian di atas, ada perbedaan dengan penelitian yang dilakukan peneliti. Perbedaannya antara lain:

a. Penelitian yang dilakukan peneliti mengkaji aspek kualitas pelayanan terhadap loyalitas yang ditunjukkan oleh konsumen jasa transportasi kereta api.
b. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti terfokus pada loyalitas konsumen jasa transportasi kereta api (variabel terikat adalah loyalitas konsumen)
c. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti terfokus pada pengguna jasa transportasi kereta api.
d. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* (teknik sampel purposif), yaitu sampel yang karasteristiknya sudah ditentukan. Karasteristik sampelnya adalah pengguna kereta api Daop IX Jember laki-laki dan perempuan yang umurnya minimal 17 tahun dengan pertimbangan bahwa usia tersebut sudah cukup mengerti dan menanggapi pernyataan dalam kuesioner penelitian dengan baik.