

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang masalah

Seiring berkembangnya perkembangan zaman, persaingan dunia usaha jasa transportasi saat ini semakin ketat. Dengan bertambahnya jumlah pesaing dan meningkatnya intensitas persaingan menuntut para pengusaha untuk memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta memenuhi kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan menjadi kunci utama keberhasilan suatu usaha, agar usaha tersebut dapat berjalan dengan lancar dan laba menjadi tujuan utamanya. Menurut Schnaars dalam Rumapea dan Satriawan (2017), pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan merasa puas setelah menggunakan produk atau jasa.

Adapun cara untuk memuaskan pelanggan adalah memberikan kualitas pelayanan yang baik, harga yang bersaing, dan fasilitas yang lengkap. Kualitas pelayanan adalah kegiatan antara karyawan dan pelanggan terhadap hal-hal dalam penyediaan pelayanan sebagai penyelesaian masalah pelanggan dan bagaimana perusahaan meningkatkan pelayanan secara profesional (Anggraini & Setyanto, 2019:474). Jika pelanggan menerima pelayanan yang memuaskan maka kualitas pelayanan yang dirasakan cukup baik, begitupun sebaliknya.

Penentuan harga juga sangat penting mengingat jasa yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut bersifat tidak berwujud. Harga yang ditetapkan terhadap jasa yang ditawarkan menjadi indikasi bahwa kualitas jasa apa saja yang akan diterima oleh calon pelanggan. Hal terpenting dalam menentukan harga adalah harus konsisten dengan keseluruhan strategi pemasaran, memberikan harga yang berbeda dengan kompetitor dalam pasar juga harus dipertimbangkan. Bila suatu produk atau jasa mengharuskan pelanggan mengeluarkan biaya yang lebih besar maka manfaat yang diterima oleh pelanggan harus lebih sehingga loyalitas pelanggan akan meningkat (Lupiyoadi, 2017).

Fasilitas yang baik juga menjadi salah satu hal yang perlu disediakan untuk mendukung keputusan pembelian oleh pelanggan. Fasilitas merupakan alat yang digunakan untuk memperlancar suatu pekerjaan. Dalam jasa transportasi perlu menyediakan fasilitas yang memadai untuk memberikan kenyamanan dan memuaskan hati pelanggan. Jika fasilitas yang tersedia sudah sangat baik maka pelanggan akan melakukan pembelian kembali Emmywati dalam Junimi dan Realize (2020).

Kepuasan pelanggan merupakan suatu konsep yang telah lama dikenal dalam teori dan aplikasi pemasaran, kepuasan pelanggan menjadi salah satu tujuan esensial bagi suatu perusahaan, dipandang sebagai indikator terbaik untuk meraih laba di masa yang akan datang, dan menjadi tolak ukur untuk meningkatkan kepuasan pelanggan (Hasan,2017). Dengan adanya kepuasan pelanggan, maka pelanggan akan lebih loyal kepada perusahaan, sebaliknya jika pelanggan tidak mendapatkan kepuasan maka akan pindah ke perusahaan lain.

PO. One Bus hadir di dunia per bus-an pada Mei 2015. Perusahaan Otobus ini memiliki armada yang terbaru dan menjadikan PO.One Bus menjadi salah satu perusahaan bus pariwisata yang terbaik. PO.One Bus hadir dengan sejumlah keunggulan fasilitas, layanan crew yang ramah, professional dan handal di bidang pariwisata. Fasilitas yang ditawarkan oleh PO.One Bus adalah unit armada terbaru dengan balutan karoseri Adiputro Jetbus 2 New Setra, Big Bus Seat 2-2 dengan kapasitas 45 seat, Full Ac, Wifi, Lcd Tv.

Dengan fasilitas yang dimilikinya, Po.One Bus menjamin para pelanggannya akan mendapatkan pengalaman dan kepuasan yang lebih dan membuat perjalanan wisata menjadi semakin berkesan, sesuai dengan Motto perusahaan yaitu **“Satu Perjalanan Berjuta Cerita”**.

Di tengah intensitas persaingan yang tinggi, PO.One Bus dituntut agar dapat terus bersaing dan mengeluarkan inovasi-inovasi terbaru agar kelangsungan hidup perusahaan lebih terarah kedepannya, sehingga PO.One Bus harus memberikan sebuah kepuasan pelayanan, fasilitas dan harga yang bersaing dengan kompetitor.

Oleh sebab itu, peneliti ingin melakukan penelitian terkait dengan “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Pelanggan Bus Pariwisata PO.One Bus).”

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PO.One Bus ?
2. Bagaimana Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PO.One Bus ?
3. Bagaimana Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PO.One Bus ?
4. Bagaimana Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan PO.One Bus ?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Po.One Bus.
2. Untuk mengetahui Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Po.One Bus.
3. Untuk mengetahui Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan Po.One Bus.
4. Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan Po.One Bus

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang didapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Ilmu Pengetahuan
Sebagai referensi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya tentang pemahaman Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan.
2. Bagi Regulator Penelitian

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan dan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengembangkan kebijakan perusahaan untuk memenuhi harapan dan keinginan pelanggan untuk mencapai kepuasan pelanggan.

3. Bagi Penulis

Dari penelitian ini diharapkan menambah wawasan bagi penulis

4. Bagi perusahaan

Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan jasa Po.One Bus.