

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Dalam menanggapi kebutuhan transportasi, kepuasan menjadi dasar yang dapat mempengaruhi pilihan konsumen untuk memilih berbagai jenis jasa yang berkembang saat ini. Dalam era perkembangan dan pertumbuhan penduduk yang begitu pesat menyebabkan manusia cenderung memilih transportasi yang cepat dan terjangkau. Masyarakat akan menuntut kualitas layanan, kepercayaan, dan fasilitas yang lebih baik sesuai dengan kebutuhannya, sehingga konsumen lebih teliti dalam memilih segala sesuatu yang dapat digunakan sesuai kebutuhan konsumen. Terutama masalah transportasi, berperan sebagai penunjang, pendorong, dan penggerak. Menyadari peranan transportasi laut khususnya pelayanan dan fasilitas di dalam kapal harus seimbang dengan tingkat kebutuhan dan tersedianya pelayanan angkutan yang aman, ramah, cepat, lancar, tertib, nyaman, selamat, dan efisien.

Mengingat pentingnya transportasi, Maka hal tersebut dapat dijadikan peluang bagi para pengusaha untuk membuka usaha dibidang transportasi sehingga tidak heran jika dari tahun ke tahun usaha jasa transportasi di Indonesia semakin berkembang. Semakin bertambah berat juga usaha perusahaan untuk tetap dapat bertahan dengan kondisi persaingan.

Setiap perusahaan khususnya transportasi diharapkan dapat memberikan jasa yang lebih dari persaingan secara konsisten dengan tujuan akhir memenuhi atau melebihi harapan pelanggan sasaran. Jika hal tersebut telah berhasil dilakukan maka kepuasan pelanggan akan terapai. Keputusan pelanggan akan terjadi setelah memperoleh dan mempergunakan produk atau jasa sesuai dengan harapan yang diinginkan. Kepuasan pelanggan sendiri dinilai sebagai indikator kesuksesan bisnis di masa depan. Program kepuasanpelanggan *relative* mahal dan tidak mendatangkan laba dalam jangka pendek akan tetapi hasil bias dituai dalam jangka panjang dan manfaat tersebut dapat bertahan lama.

Menurut Putro et al. (2014), kepuasan konsumen adalah perasaan dan penilaian emosional dari konsumen terhadap penggunaan produk dan layanan dimana harapan konsumen

terpenuhi. Pelanggan yang puas dengan produk dan layanan cenderung membeli produk dan menggunakankembali layanan ketika kebutuhan yang sama muncul lagi di masa depan. Kepuasan konsumen dengan kualitas layanan dapat mencapai satu tingkat tertentu, dan pembeli yang puas dapat memilih produk dengan lebih mudah.

Faktor utama yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu kualitas layanan. Kualitas layanan adalah keseluruhan karakteristik atas suatu produk barang atau jasa yang mempengaruhi atas kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan klien yang dinyatakan atau tidak dinyatakan (Kotler, 2012). Perusahaan dituntut berusaha membuat pelanggan merasa puas dengan memberikan penawaran dan pelayanan yang lebih baik, mengingat perusahaan harus mampu untuk dapat mempertahankan posisi pasarnya ditengah persaingan yang semakin ketat. Salah satunya dengan mengembangkan strategi untuk mempertahankan konsumen melalui kualitas jasa. Strategi yang ditempatkan untuk dapat mempertahankan loyalitas pelanggan adalah dengan menyediakan jasa layanan yang berkualitas, sehingga disini pihak manajemen perusahaan harus memperhatikan kualitas yang sesuai dengan syarat-syarat yang dituntut pelanggan.

Pihak manajemen perusahaan dituntut untuk selalu memperbaiki kualitas layanan dengan selalu memperhatikan apa yang menjadi kebutuhan dan harapan pelanggan dan konsumennya. Bagaimana mereka merancang pelayanan terhadap konsumen sehingga para konsumen selalu merasa terpuaskan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan tersebut.

Penciptaan layanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan pelanggan, selain itu erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggannya maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan semakin tinggi. Dengan menciptakan kualitas layanan diharapkan tidak ada lagi pelanggan yang merasa kecewa atas kualitas layanan yang rendah. Tinggi rendahnya mutu pelayanan jasa pelayaran yang disajikan oleh faktor-faktor sumber daya pelayaran dan interaksi kegiatan yang digerakkan melalui proses atau prosedur tertentu dalam memanfaatkan sumber daya yang ada.

Pada sektor jasa seperti transportasi, hal penting yang harus diutamakan yaitu kualitas layanan. Kualitas layanan adalah segala sesuatu yang diharapkan konsumen agar dapat

memenuhi kebutuhannya sehingga mendapat kepercayaan dari konsumen (Tresiya *et al.* 2018). Konsep kualitas layanan adalah faktor evaluasi yang mencerminkan pandangan pelanggan tentang lima aspek spesifik kinerja dari layanan. Kualitas jasa pada umumnya tidak dipandang dalam konstruk yang terpisah, melainkan secara agregat dimana dimensi-dimensi individual dimasukkan untuk memperoleh kualitas jasa secara keseluruhan (Panjaitan dan Yuliati, 2016). Dimensi-dimensi kualitas layanan tersebut, seperti wujud atau *tangibles*, kehandalan atau *reliability*, Ketanggapan atau *responsiveness*, kepastian atau *assurance*, simpati atau *emphaty*.

Faktor lainnya yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu kepercayaan. Kepercayaan pada sebuah perusahaan juga merupakan variabel yang mempengaruhi kepercayaan terhadap produk. Untuk meningkatkan kepercayaan terhadap perusahaan dapat dilakukan dengan memperkuat komunikasi yang berkaitan dalam sebuah *Company's Image*. Untuk suatu produk tertentu yang termasuk baru dalam pasar, loyalitas terhadap merek tersebut dapat ditingkatkan dengan cara meningkatkan citra perusahaan merek tersebut.

Pengaruh globalisasi dalam dunia industri saat ini telah menyebabkan persaingan antar perusahaan menjadi semakin ketat dan kompetitif. Berdasarkan hal itu, maka perusahaan dituntut untuk dapat terus berkembang sehingga mampu menghadapi persaingan yang ada.

Kepercayaan konsumen pada dasarnya merupakan bentuk dukungan konsumen terhadap upaya yang dilakukan untuk mendapatkan segala sesuatu yang diinginkan, melalui kepercayaan seorang konsumen akan memberikan dukungan terkait dengan keputusan pembelian yang akan ditetapkan. Analisis terhadap kepercayaan konsumen akan memberikan suatu gambaran mengenai segala bentuk aktivitas atau kegiatan yang dilakukan sehingga konsumen benar-benar menyakini bahwa keputusan yang ditetapkan merupakan yang terbaik.

Kepercayaan konsumen dalam menggunakan teknologi informasi dalam melakukan suatu transaksi merupakan langkah awal dari seseorang untuk menciptakan minat melalui kemudahan yang akan diperoleh seseorang untuk melakukan suatu transaksi yang akan dilakukan. Berbagai upaya perusahaan untuk memberikan kepercayaan tersebut terkait secara langsung dengan upaya untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Menurut Kurniawan (2011), kepercayaan dianggap sebagai cara yang paling penting dalam membangun dan memelihara hubungan dengan konsumen dalam jangka panjang.

Selain kualitas layanan dan kepercayaan, fasilitas juga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Fasilitas merupakan hal yang penting untuk diperhatikan dalam usaha jasa, terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan oleh konsumen, karena dalam usaha jasa, penilaian konsumen terhadap suatu perusahaan didasari atas apa yang mereka peroleh setelah menggunakan jasa. Persepsi yang diperoleh dari interaksi pelanggan dengan fasilitas berpengaruh terhadap kualitas jasa di mata pelanggan. Fasilitas fisik merupakan salah satu indikator mengenai baik tidaknya kualitas suatu jasa dan erat kaitannya dengan pembentukan persepsi pelanggan, dengan adanya fasilitas yang baik maka konsumen akan tertarik dengan jasa yang ditawarkan dan melakukan pembelian jasa yang ditawarkan tersebut.

Fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktivitas-aktivitas atau kegiatan-kegiatannya, sehingga kebutuhan-kebutuhan dapat terpenuhi selama tinggal di hotel. (Sulistiyono, dalam Yunus & Budianto, 2014).

Fasilitas harus berorientasi pada kebutuhan konsumen dan selera konsumen untuk menggunakan jasa yang ditawarkan. Penyediaan fasilitas harus diperhatikan, dimana penyediaan fasilitas disesuaikan dengan kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen sehingga mendorong konsumen untuk selalu melakukan pembelian.

Berdasarkan uraian permasalahan dan research gap di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas layanan, Kepercayaan, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen di Kantor Kesyahbandaran Kelas 1 Balikpapan”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas maka dalam penelitian ini akan membahas tentang kepuasan konsumen di kantor kesyahbandaran, peneliti akan merumuskan masalah sebagai berikut.

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di kantor kesyahbandaran kelas 1 Balikpapan?

2. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di kantor kesyahbandaran kelas 1 Balikpapan?
3. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di kantor kesyahbandaran kelas 1 Balikpapan?

### **1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Sebelum melakukan penelitian, maka harus ditentukan terlebih dahulu tujuan dari penelitian. Hal ini dimaksudkan agar dalam melakukan penelitian tidak kehilangan arah sehingga disamping penelitian dapat berjalan lancar juga hasil yang dicapai sesuai dengan yang diharapkan. Adapun tujuan penelitian adalah:

1. Menganalisis pengaruh kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di kantor kesyahbandaran kelas 1 Balikpapan
2. Menganalisis pengaruh kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di kantor kesyahbandaran kelas 1 Balikpapan
3. Menganalisis pengaruh fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di kantor kesyahbandaran kelas 1 Balikpapan

#### **1.3.2 Kegunaan Penelitian**

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Penulis  
Penelitian ini adalah untuk dapat mengetahui karakteristik kepuasan konsumen khususnya di kantor kesyahbandaran kelas 1 Balikpapan.
2. Bagi UNIMAR AMNI SEMARANG  
Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan baik kalangan akademi (mahasiswa) terutama mahasiswa dari UNIMAR AMNI Semarang berkaitan dengan alur kepuasan Konsumen.
3. Bagi kantor kesyahbandaran kelas 1 Balikpapan

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam pengambilan kebijakan terkait kepuasan konsumen serta dijadikan cermin untuk memaksimalkan kepuasan konsumen di kantor kesyahbandaran kelas 1 Balikpapan.

4. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi pembaca.

#### **1.4 Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah pembaca dan penulis dalam memahami pembahasan penelitian ini, maka sistematika penulisannya sebagai berikut:

**BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab I ini penulis menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

**BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam bab II ini penulis menjelaskan mengenai tinjauan pustaka dan penelitian terdahulu, hipotesis, dan kerangka pemikiran.

**BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Dalam bab III ini penulis menjelaskan mengenai variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, metode analisis, dan diagram alir penelitian.

**BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab IV ini penulis menjelaskan mengenai deskripsi obyek penelitian, analisis data dan pembahasan.

**BAB V PENUTUP**

Dalam bab V ini penulis menjelaskan mengenai kesimpulan dan saran,serta implikasi manajerial.

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

