

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin pesat, sarana transportasi merupakan suatu bagian yang tidak dapat dipisahkan dan selalu dibutuhkan manusia. Transportasi digunakan untuk memudahkan manusia dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Dalam kaitannya dengan kehidupan manusia, transportasi memiliki peranan yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan seseorang baik dalam aspek sosial, ekonomi, lingkungan, politik, pertahanan dan keamanan (Widyaningtyas, 2010).

Betapa besar peranan transportasi bagi kehidupan manusia sehingga bisnis di bidang jasa transportasi semakin meningkat. Pada era globalisasi yang cepat ini dibutuhkan suatu transportasi yang cepat, nyaman dan aman. Banyak orang memilih bus eksekutif untuk perjalanan karena cepat, nyaman dan aman (Panjaitan dkk, 2010). Perusahaan-perusahaan transportasi bus bersaing untuk merebut minat masyarakat agar mau menggunakan jasa yang ditawarkan.

Saat ini, Jawa Tengah merupakan jalur yang potensial bagi perusahaan yang bergerak di bidang transportasi darat. Jalan yang dibangun di bagian tengah wilayah Jawa Tengah ini menghubungkan Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dengan kota Purwokerto. Setiap

hari ribuan orang bepergian keluar masuk dua wilayah ini. Terutama pada akhir minggu, banyak pelajar dan mahasiswa asal Purworejo, Kebumen, dan Banyumas yang belajar di Yogyakarta pulang ke kampung halaman. Sebaliknya, para pelancong dari ketiga wilayah itu banyak yang berkunjung ke Yogyakarta. Arus mobilitas akan semakin padat bila mendekati hari libur. Hal ini mengundang banyak pelaku usaha transportasi untuk merambah ke wilayah jalur selatan Jawa Tengah.

Tjiptono (2012) menyatakan bahwa persepsi kualitas adalah penilaian konsumen terhadap keunggulan keseluruhan suatu produk atau jasa layanan ditinjau dari fungsinya secara relatif dengan produk-produk lain. persepsi akan berhubungan dengan perilaku seseorang dalam mengambil keputusan terhadap apa yang dikehendaki. Salah satu cara untuk mengetahui perilaku konsumen adalah dengan menganalisis persepsi konsumen terhadap produk. Dengan persepsi konsumen kita dapat mengetahui hal-hal apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, kesempatan ataupun ancaman bagi produk kita. Persepsi terhadap kualitas keseluruhan dari suatu produk atau jasa dapat menentukan nilai dari produk atau jasa tersebut dan berpengaruh secara langsung kepada keputusan pembelian konsumen dan loyalitas mereka terhadap merek (Durianto, 2011).

Citra perusahaan adalah pemikiran pelanggan tentang citra atau gambaran menyeluruh dari perusahaan penyedia jasa berdasarkan pengalaman dan pemahaman pelanggan masing-masing, baik menyangkut

jasanya ataupun tingkat reputasi dan kredibilitas yang dicapai perusahaan menurut persepsi pelanggan (Ratih, 2009).

Kepuasan Pelanggan menurut Kotler (2014) adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang di harapkan. Selain itu berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Handro Tumpal P (2012) disebutkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan yaitu citra perusahaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Konsumen ketika telah puas terhadap suatu produk maka biasanya mereka akan sulit untuk berpindah produk, konsumen merasa puas terhadap suatu produk berdasarkan beberapa faktor salah satunya yaitu kualitas pelayanan, ketika kualitas pelayanan yang diberikan suatu produk baik maka konsumen akan merasa puas. Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Suratno (2016) pada penelitian tersebut terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan. Pada umumnya ketika konsumen merasa puas mereka akan loyal terhadap suatu merek sehingga loyalitas seorang konsumen terhadap suatu produk dapat memberikan kompetisi yang sengit, seperti yang terjadi di Indonesia saat ini yaitu Kompetisi dibidang ekonomi mengalami persaingan yang cukup ketat salah satunya di sektor transportasi darat, transportasi darat saat ini terjadi persaingan yang cukup ketat, hal ini dikarenakan semakin banyaknya Perusahaan Otobus di indonesia, disisi lain dengan menggunakan bus konsumen akan

mendapatkan beberapa keuntungan seperti jadwal yang lebih padat dan lebih murah dari segi biaya.

Konsumen saat ini memiliki banyak pilihan bus dari segi fasilitas tergantung dengan kelas armada dan harga tiket atau tarif yang ditawarkan sehingga setiap PO berusaha memberikan pelayanan semaksimal mungkin agar dapat menangkap setiap peluang pasar yang ada. Fasilitas penunjang yang disediakan antara lain seperti LCD, *audio/video*, AC, *toilet* atau *reclining eat, snack* atau *soft drink, smooking room, internet (WiFi)*. Untuk memberikan pelayanan yang terbaik dan jaminan rasa aman bagi para pelanggan, PO. Efisiensi juga mengasuransikan para pelanggan dan juga armada-armadanya kepada perusahaan penyedia jasa layanan asuransi. Kini dengan armada - armada yang dimiliki dan didukung oleh sumber daya manusia yang berkompeten dan teknologi modern dimiliki, PO. Efisiensi terus berkomitmen untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi masyarakat pengguna transportasi di Indonesia.

PO. Efisiensi berdiri pada tahun 1996 oleh Bapak Teuku Eri Rubiansah. Menurut yang dirilis *imotorium.com*, bisnis ini sebelumnya merupakan bisnis keluarga yang bergerak di kursus setir mobil dan montir. Awalnya bisnis ini bernama *Efficiëntie* yang akhirnya ditangan Bapak Teuku Eri Rubiansah diubah namanya menjadi Efisiensi. Di awal perjuangannya, PO asal Kebumen Jawa Tengah ini memulai dengan bus medium untuk melayani pariwisata. Karena minat minat bus medium kurang tinggi, PO. Efisiensi akhirnya memutuskan untuk menggunakan

bus besar pada umumnya. Selain itu juga menjadi operator bus karyawan untuk sebuah perusahaan besar.

Pada tahun 2003 PO ini masuk ke layanan bus cepat terbatas (PATAS) *Executive* dengan jurusan Yogyakarta-Cilacap PP. Disusul pula dengan pembukaan jurusan Yogyakarta-Purwokerto PP pada tahun 2008. Lalu pada 2012 dibuka jurusan Yogyakarta-Purbalingga PP sebagai perluasan jangkauannya. Selain menyediakan layanan Bus Patas Executive, PO. Efisiensi juga melayani transportasi AJAP (Antar Jemput Antar Provinsi), dengan trayek Cilacap-Yogyakarta PP, Purwokerto-Yogyakarta PP, Gombong-Yogyakarta PP, dan Temanggung-Yogyakarta PP.

Dalam menjalankan bisnisnya ini, PO asal Kebumen ini membidik segmen penumpang menengah-keatas. Tidak mengherankan kalau PO Efisiensi selalu menggunakan bus terbaru keluaran karoseri. Selain terlihat kinclong mencolok dijalan, bus-bus ini selalu tampil prima melayani penumpang. Bus-bus yang digunakan PO. Efisiensi ini selalu tampak premium, bukan hanya dari body yang digunakan. Namun juga dengan pemilihan chassis dan interior yang tidaklah sembarangan.

Berbagai fasilitas pun disediakan dalam bus Efisiensi ini, seperti free wifi onboard selama perjalanan. Walaupun membidik pasar menengah-keatas, PO. Efisiensi ini tetaplah merakyat dengan harga tiket yang terjangkau. Selain itu, PO ini juga mempersiapkan layanannya

dengan baik. Termasuk membangun beberapa rest area di jalur-jalur yang biasa dilaluinya. Inovasi bis yang semakin sesuai dengan keluaran terbaru membuat bis Efisiensi ini semakin dinikmati dan disukai oleh kalangan milenial akhir-akhir ini, bukan hanya karena kebutuhan tetapi rasa ingin mencoba hal yang baru.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Hardo Tumpal (2016) yang berjudul Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada PO Nusantara. Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada variabel, obyek dan subyek penelitian. Berdasarkan latar belakang diatas dan penelitian terdahulu, maka peneliti tertarik untuk mengangkat dan membahas permasalahan tersebut dengan judul **“Pengaruh Citra Perusahaan Dan Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PO. Efisiensi Di Yogyakarta”**

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat ditarik suatu perumusan masalah yaitu:

1. Apakah pengaruh Citra Perusahaan dan Persepsi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PO. Efisiensi?
2. Apakah pengaruh Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan PO. Efisiensi?

3. Apakah pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PO. Efisiensi?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas dapat ditarik suatu tujuan penelitian yaitu:

1. Menganalisis pengaruh Citra Perusahaan dan Persepsi Kualitas Pelayanan secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan PO. Efisiensi.
2. Menganalisis pengaruh Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan PO. Efisiensi.
3. Menganalisis pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PO. Efisiensi.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis
 - a. Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan pembelajaran secara teori agar lebih teruji.
 - b. Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat membantu untuk penelitian selanjutnya dengan topik yang sama.

2. Manfaat praktis

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat membantu perusahaan dalam hal ini PO. Efisiensi mencapai target bisnis yang dicanangkan.