

BAB 1

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 loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan menjadi kunci utama keberhasilan suatu usaha, agar usaha tersebut dapat berjalan dengan lancar dan laba menjadi tujuan utamanya.

Rahmayanty (2013:13) mengemukakan bahwa loyalitas adalah persentase dari konsumen yang pernah membeli dalam kerangka waktu tertentu dan melakukan pembelian ulang sejak pembelian yang pertama. Menurut Griffin (2013:4) adalah "*Loyalty is defined as non random purchase expressed over time by some decision making unit*". Artinya loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus menerus terhadap barang atau jasa suatu perusahaan yang dipilih

Loyalitas pelanggan merupakan suatu konsep yang telah lama dikenal dalam teori dan aplikasi pemasaran, loyalitas 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.

Bagi perusahaan yang bergerak dibidang pelayanan lebih tepatnya terdapat penyampaian jasa, Kualitas pelayanan menjadi suatu hal yang penting dalam memuaskan pelanggan. Dengan memahami apa yang diinginkan dan diharapkan oleh pelanggan dari kualitas pelayanan yang

diberikan, maka akan didapat suatu nilai tambah tersendiri bagi suatu perusahaan.

Menurut Howard dan Shetch sebagaimana dikutip oleh Tjiptono (2014:243) mengatakan kepuasan pelanggan adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadanan atau ketidakpahaman antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan.

Kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai hasil dari perbandingan antara harapan harga terhadap jasa dan kenyataan yang diterima seseorang, maka memunculkan satu kemungkinan adalah bila penjual memberikan informasi yang berlebihan terhadap pelanggan maka pelanggan akan mempunyai pengharapan yang terlalu tinggi maka untuk menggunakan jasa travel. merupakan suatu proses yang kompleks dan dipengaruhi oleh berbagai faktor, selain kualitas pelayanan dan harga yang diberikan perusahaan terhadap pelangganya. perusahaan harus mempunyai kelebihan seperti menetapkan harga paket yang kompetitif. Biasanya pelanggan dalam menggunakan pelayanan jasa akan membanding- bandingkan harga paket, memilih pelayanan jasa yang harga dasarnya murah, memilih pelayanan jasa yang harga tiket sebanding dengan kualitasnya.

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 besaing, 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 professional (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).

Menurut Alma (2016:169), harga merupakan atribut yang melekat pada suatu barang, yang memungkinkan barang tersebut dapat memenuhi kebutuhan (needs), keinginan (wants), dan memuaskan konsumen (satisfaction). Menurut Daryanto (2013:62), harga adalah jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau sejumlah nilai yang diperlukan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk.

Transportasi merupakan unsur yang sangat penting bagi manusia karena tanpa transportasi manusia akan mengalami kesulitan melakukan aktivitas untuk memenuhi kebutuhan hidup. Penting transportasi pada saat ini tercermin pada semakin meningkatnya kebutuhan jasa angkutan bagi mobilitas orang serta barang di dalam negeri, dari dan keluar negeri. Serta berperan sebagai faktor pendorong dan penggerak bagi pertumbuhan daerah dan pengembangan wilayah termasuk salah satunya di kota Palembang.

Kota Palembang akan melangkah lebih maju dan memiliki kedudukan yang setara dengan kota-kota metropolitan lainnya yang ada di Indonesia, seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, Medan, Dan Makasar. Untuk mendukung keberhasilan program-program perusahaan terutama di bidang transportasi yang bergerak di bidang jasa travel. (Bunga Caecaria Dwihapsari 2012:1).

Industri jasa transportasi menjadi sektor yang menarik untuk diamati karena sebagian besar masyarakat menggunakan transportasi baik untuk keperluan bisnis maupun untuk kepentingan lainnya. Hal ini menandakan bahwa permintaan akan berbagai produk jasa oleh masyarakat saat ini,

memang sedemikian besarnya dan tentunya menjadi suatu yang wajar bila memberikan dampak yang besar bagi pemilik modal yang akan berinvestasi di sektor ini. Oleh sebab itu, sektor jasa kini menjadi ajang perebutan pasar dan persaingan untuk menjadi pemimpin. Pada kondisi persaingan usaha transportasi sekarang ini, aspek pelayanan kepada penumpang adalah titik krisis yang harus dikelola dengan baik. Perusahaan transportasi baik darat, laut, maupun udara membutuhkan perjuangan untuk mendapatkan calon penumpang dan berusaha mempertahankan penumpang yang sudah ada. Keberhasilan perjuangan tersebut sangat ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam memberikan kepuasan kepada penumpang.

CV. Mars Holiday Tour and Travel merupakan perusahaan Swasta yang mengelola sarana transportasi travel di kota Palembang. Peran travel adalah mempermudah dan mendukung mobilitas jasa tentu mengharapkan profit atau keuntungan dari penjualan jasanya melalui travel dengan harga paket. Keuntungan yang dapat diperoleh oleh pihak perusahaan adalah pemasukan dalam bentuk uang sebagai hasil dari penjualan jasa melalui travel dengan harga paket yang telah dilakukannya serta pernyataan kepuasan dari pengguna jasa yang akan meningkatkan citra perusahaan dan kepercayaan masyarakat terhadap kinerja dan Kemampuan CV. Mars Holiday Tour and Travel sebagai penyedia layanan jasa masyarakat.

Travel merupakan salah satu alternatif transportasi dengan biaya relatif terjangkau, mempunyai tingkat pelayanan serta, fasilitas lengkap, dan nyaman. Selain tingkat pelayanan, faktor harga yang mampu bersaing dengan transportasi lainnya juga menjadi alasan dipilihnya travel. Dengan kualitas pelayanan dan harga suatu paket travel terhadap kepuasan pelanggan.

OPEN TRIP **MARS HOLIDAY**

25 Juni-1 Juli

BROMO - MALANG - JOGJA 7D3N

Highlight Tour : Bromo, Museum Angkut, Taman Sari, Keraton, Malioboro, Pusat Kerajinan Perak, Pantai Parangtritis, Hutan Pinus Pengger, Kaos Dagadu, Bakpia Pathok, Candi Brobudur

Hanya
~~Rp.2.799.000/ Pax~~
Rp.2.499.000/ Pax

Fasilitas Tour : Bus Pariwisata, Hotel Bintang 3, Makan, Air Mineral, Tiket Wisata, Shuttle Bus, Guide Tour, Dokumentasi.

CV. Mars Mitra Wisata Telp : 0811-254003 Ig :@marsholiday_

Gambar 1
Flyer Paket Wisata
CV. Mars Holiday Tour and Travel Palembang

Berikut akan disajikan tabel yang menunjukkan jumlah konsumen yang menggunakan jasa Travel CV. Mars Holiday Tour and Travel di Palembang pada tahun 2019 dan tahun 2020 sampai dengan tahun 2021

Tabel 1.1
Jumlah Pelanggan yang Menggunakan Jasa
CV. Mars Holiday Tour and Travel Palembang

NO	Bulan	Tahun 2019	Tahun 2020	Tahun 2021
1	Januari	250 orang	150 orang	360 orang
2	Februari	150 orang	100 orang	300 orang
3	Maret	115 orang	90 orang	320 orang
4	April	220 orang	115 orang	330 orang

NO	Bulan	Tahun 2019	Tahun 2020	Tahun 2021
5	Mei	230 orang	100 orang	350 orang
6	Juni	140 orang	130 orang	360 orang
7	Juli	250 orang	120 orang	370 orang
8	Agustus	170 orang	160 orang	280 orang
9	Sepetember	210 orang	115 orang	234 orang
10	Oktober	115 orang	85 orang	335 orang
11	November	200 orang	100 orang	250 orang
12	Desember	180 orang	170 orang	290 orang
Total		2.080 orang	1.505 orang	3.670 orang

Sumber: CV. Mars Holiday Tour and Travel Palembang, 2022

Dari tabel yang disajikan di atas dapat dilihat jumlah pelanggan yang menggunakan Jasa CV. Mars Holiday Tour and Travel Palembang setiap bulannya mulai dari tahun 2019 serta 2020 sampai tahun 2021. memiliki jumlah pelanggan yang naik dan turun dalam per tahun sedangkan tahun 2021 pada bulan januari sampai juli mengalami peningkatan.

Berdasarkan pelanggan yang pernah menggunakan jasa travel CV. Mars Holiday Tour and Travel Palembang, menjadi suatu pekerjaan bagi manajemen agar terus berupaya meningkatkan keunggulan-keunggulan perusahaan untuk terus dapat menarik minat konsumen, sekaligus mempertahankan kepercayaan pelanggan agar tetap menggunakan jasa perusahaan.

Penerapan Kualitas pelayanan dan harga paket diharapkan dapat membantu para pelaku bisnis di bidang perjalanan wisata dalam memilih dan menentukan apakah bentuk penerapan tersebut cukup efektif dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam menggunakan Jasa CV. Mars Holiday Tour and Travel di kota Palembang.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang diuraikan, maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Paket Terhadap Loyalitas Konsumen Pengguna jasa CV Mars Holiday Tour And Travel Palembang”**.

1.2 Rumusan Masalah

- 1.2.1 Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pengguna jasa CV. Mars Holiday Tour and Travel Palembang?
- 1.2.2 Seberapa besar pengaruh harga paket terhadap loyalitas konsumen pengguna jasa CV. Mars Holiday Tour and Travel Palembang?
- 1.2.3 Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan harga paket terhadap loyalitas konsumen pengguna jasa CV. Mars Holiday Tour and Travel Palembang?

1.3 Batasan Masalah

Agar pembahasan dalam penelitian ini tidak menyimpang dan tetap fokus serta terarah, penulis membatasi pembahasan yang terlalu meluas dari permasalahan yang ada yaitu tentang pengaruh kualitas pelayanan dan harga paket terhadap loyalitas konsumen pengguna jasa CV. Mars Holiday Tour and Travel Palembang.

1.4 Tujuan Penelitian

- 1.4.1 Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pengguna jasa CV. Mars Holiday Tour and Travel Palembang.
- 1.4.2 Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga paket terhadap loyalitas konsumen pengguna jasa CV. Mars Holiday Tour and Travel Palembang.
- 1.4.3 Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan harga paket terhadap loyalitas konsumen pengguna jasa CV. Mars Holiday Tour and Travel Palembang.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah:

Penelitian ini bertujuan sebagai sarana pengembangan ilmu pariwisata khususnya di bidang analisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga paket terhadap loyalitas pelanggan. selanjutnya penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan guna penelitian lanjutan.

1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini bertujuan agar dapat memberikan masukan objektif kepada CV. Mars Holiday Tour and Travel sebagai acuan dalam pengambilan keputusan untuk dapat direalisasikan terkait dengan loyalitas pelanggan CV. Mars Holiday Tour and Travel Palembang.

1.5.3 Manfaat Akademisi

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan salah satu referensi sebagai bahan rujukan dan pustaka bagi seluruh mahasiswa maupun kalangan akademis dalam melakukan penelitian selanjutnya dengan bidang yang sama.

1.5.4 Manfaat Bagi Penulis

Dapat menentukan strategi yang tepat dalam memelihara loyalitas pengguna jasa transportasi. Selain itu juga dapat memberikan salah satu masukan bagi pembaca sehingga dapat menambah pengetahuan, wawasan serta pemahaman dalam mencari informasi di bidang yang sama.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini dimaksudkan untuk memberikan garis besar mengenai skripsi ini sehingga dapat menggambarkan hubungan antar bab di mana masing-masing bab terdiri dari beberapa sub-sub secara keseluruhan. Adapun sistematika penulisan laporan ini diuraikan secara singkat sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

1.2 Rumusan Masalah

1.3 Batasan Masalah

1.4 Tujuan Penelitian

1.5 Manfaat Penelitian

1.6 Sistematika Penulisan

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Loyalitas

2.2 Pengertian Kualitas Pelayanan

2.3 Pengertian Harga

2.4 Penelitian Terdahulu

2.5 Kerangka Berpikir

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

3.2 Lokasi Penelitian

3.3 Definisi Operasional Variabel

3.4 Populasi dan Sampel

3.5 Data yang Diperlukan

3.6 Metode Pengumpulan Data

3.7 Analisis Data dan Teknik Analisis

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.2 Hasil Penelitian

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

5.2 Saran