

BAB 1

LATAR BELAKANG

1.1 Latar Belakang

Sarana transportasi merupakan salah satu kebutuhan dan mempunyai peranan penting bagi masyarakat untuk membantu melakukan kegiatan sehari-hari. Kebutuhan jasa transportasi dengan kualitas pelayanan yang baik dan harga yang kompetitif akan membuat masyarakat merasa puas terhadap perusahaan transportasi tersebut dan loyal menggunakan jasa transportasi tersebut.

Jakarta merupakan ibukota Indonesia, meningkatnya jumlah masyarakat yang menggunakan transportasi umum membuat pertumbuhan bisnis transportasi menjadikan sektor industri transportasi menarik para investor. Salah satu perusahaan yang memanfaatkan peluang jasa transportasi adalah perusahaan taksi. Perusahaan Taksi merupakan perusahaan penjual jasa yang aktif dan langsung berinteraksi dengan masyarakat diharapkan Berikut tabel jumlah armada transportasi di Jakarta

Tabel 1.1

Rekapitulasi Jumlah Armada Transportasi di Jakarta

Jenis Kendaraan	2016
Buskota	1358
APTB	193
Busway	859
Taksi	27079

Sumber: Dinas Perhubungan DKI Jakarta, 2016

Meningkatnya kebutuhan masyarakat akan layanan taksi tercermin dari tingginya pertumbuhan jumlah armada taksi yang ada di Jakarta. Menurut Dinas perhubungan Jakarta, taksi di Jakarta terdiri dari beberapa armada. Berikut tabel nama perusahaan taksi dan jumlah armadanya di Jakarta.

Tabel 1.2

Jumlah Armada Taksi

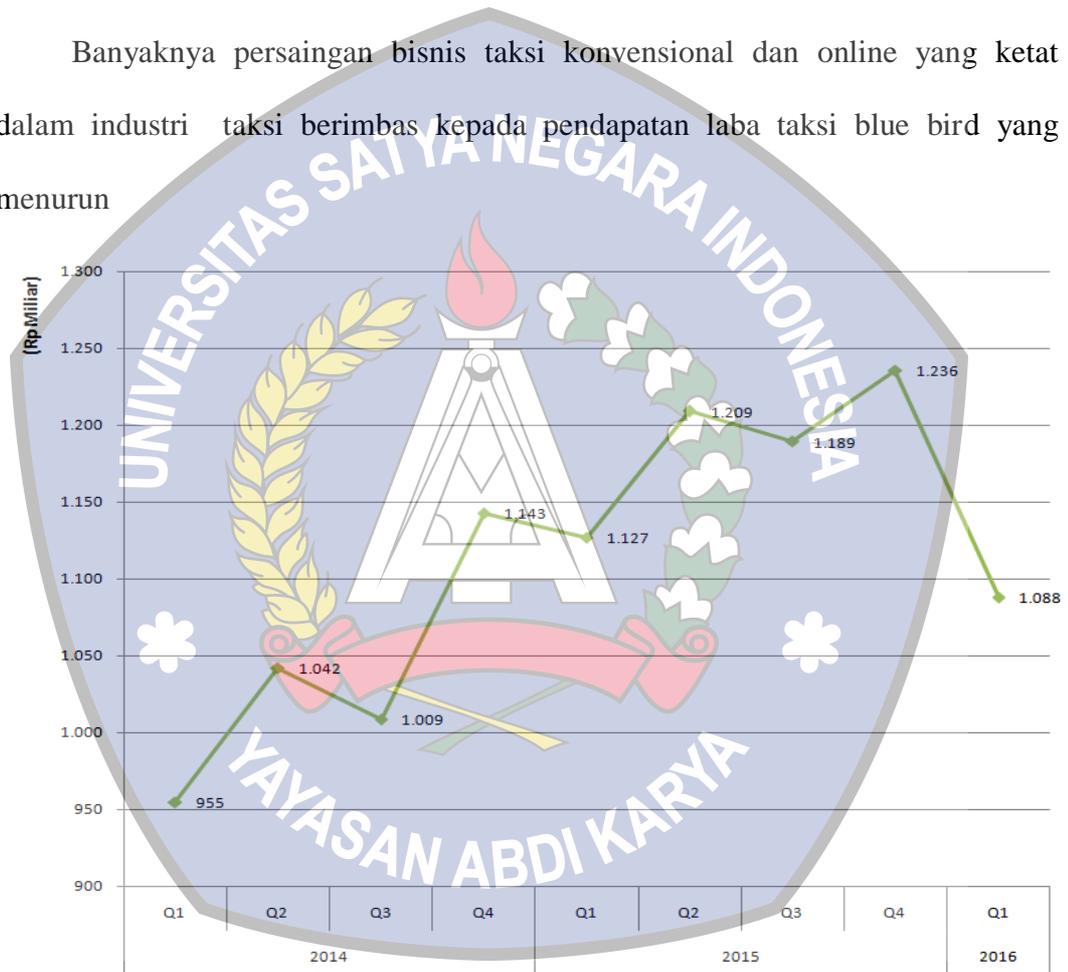
Nama Perusahaan	Jumlah Armada	Jenis Pelayanan
PT. Presiden Taksi	353	Taksi Reguler
PT. Buana Metropolitan	2	Taksi Reguler
PT. Primajasa Perdanaraya	400	Taksi Reguler
PT. Blue Bird	1595	Taksi Reguler
PT. Cendrawasih Pertiwi Jaya	2450	Taksi Reguler
PT. Morante Jaya	2000	Taksi Reguler
PT. Gamy	689	Taksi Reguler
PT. Lintas Buana Taksi	1100	Taksi Reguler
PT. Luhur Satria Sejatikencana	1500	Taksi Reguler
PT. Dian Taksi	357	Taksi Reguler
PT. Sriyani Asti	320	Taksi Reguler
PT. Ratax Armada	166	Taksi Reguler
PT. Sri Medali	182	Taksi Reguler
PT. Express Transindo Utama	2500	Taksi Reguler
PT. Royal City	147	Taksi Reguler

Nama Perusahaan	Jumlah Armada	Jenis Pelayanan
PT. Irdawan Multi Trans	200	Taksi Reguler
PT. Citra Transpor Nusantara	982	Taksi Reguler
Kop. Taksi Indonesia	362	Taksi Reguler
Kosi Jaya	1350	Taksi Reguler
Kop. Taksi Sepakat	131	Taksi Reguler
Transkoveri DKI	7	Taksi Reguler
PT. Central Naga Europindo	3350	Taksi Reguler
PT. Prima Sarijati Agung	850	Taksi Reguler
PT. Semesta Indo Prima	1100	Taksi Reguler
Koptajasa	123	Taksi Reguler
PT. Tulus Sinar Selatan	160	Taksi Reguler
PT. Bersatu Aman Sejahtera	1200	Taksi Reguler
PT. Panorama Transportasi	300	Taksi Reguler
Pusaka Satria Utama	200	Taksi Reguler
PT. Blue Bird Pusaka	500	Taksi Reguler
PT. Berkat Oto Sejahtera	700	Taksi Reguler
PT. SILVER BIRD	1295	Taksi Eksekutif
PT. Panorama Transportasi Tbk	400	Taksi Eksekutif
PT. Express Kencanakelola		
Jayajasa	108	Taksi Eksekutif

Sumber: Dinas Perhubungan DKI Jakarta, 2016

Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, blue bird mempunyai armada raksi regular sebanyak 1595 dan 1295 taksi eksekutif. Perusahaan blue bird merupakan salah satu perusahaan taksi yang terbesar di Jakarta. Blue bird mempelopori pengenaan tarif taksi berdasarkan sistem argo serta seluruh armada dilengkapi sistem pendingin (AC), radio komunikasi, GPS dan pembayaran non tunai.

Banyaknya persaingan bisnis taksi konvensional dan online yang ketat dalam industri taksi berimbas kepada pendapatan laba taksi blue bird yang menurun



Gambar 1.1

Pendapatan Blue Bird Dari Segmen Taksi

Sumber: Bareksa, 2016

Untuk meningkatkan pendapatan Blue Bird dari segmen taksi, blue bird berusaha memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui pemberian pelayanan yang bermutu dan berkualitas yang merupakan salah satu strategi yang digunakan perusahaan taksi untuk memikat pelanggan sehingga pelanggan puas dan loyal kepada perusahaan.

Menurut Yamit (2013:11) dimensi karakteristik kualitas pelayanan tersebut adalah: tangibles (bukti langsung) yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, reliability (kehandalan) yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan dengan segera dan memuaskan serta sesuai dengan yang telah dijanjikan, responsiveness (daya tangkap) yaitu keinginan para driver untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap, assurance (jaminan), empathy yaitu kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik dan perhatian dengan tulus terhadap kebutuhan pelanggan.

Menurut Yamit (2013:78) mengatakan jika harapan pelanggan sesuai dengan apa yang dialami dan dirasakannya, maupun apa yang dialami dan dirasakan melebihi harapannya sudah dapat dipastikan pelanggan tersebut akan merasa puas. Bila yang dialami dan dirasakan pelanggan tidak sesuai dengan harapannya, misalnya pelayanannya tidak ramah, tidak tanggap, sudah dapat dipastikan pelanggan tidak merasa puas.

Harga mempunyai peranan dalam kepuasan pelanggan yang berdampak pada loyalitas pelanggan. Pelanggan akan puas dan loyal jika harga nya dikeluarkan pelanggan sesuai dengan manfaat yang dirasakan pelanggan.

Menurut Swastha dan Handoko (2010:22) harga merupakan jumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk mendapatkan suatu produk atau jasa guna memenuhi kebutuhannya. Menurut Hurriyati (2008:49) harga merupakan sejumlah uang seseorang yang harus dibayarkan untuk mendapatkan hak menggunakan produk. Dari segi harga blue bird memberikan tarif atau harga yang kompetitif. tarif buka pintu akan turun sebesar Rp1.000 menjadi Rp6.500 dari sebelumnya Rp 7.500, sementara tarif per kilometer turun Rp500 menjadi Rp3.500 dari sebelumnya Rp4.000. harga ini di harapkan dapat bersaing dengan taksi konvensional dan taksi online dan pelanggan blue bird tetap loyal terhadap perusahaan.

Menurut Kotler dan Keller (2016:153) kepuasan adalah perasaan seseorang senang atau kecewa yang dihasilkan dari membandingkan kinerja suatu produk yang dirasakan (atau hasil) dengan harapan. Menurut Yamit (2013:94) untuk dapat memuaskan kebutuhan pelanggan, perusahaan dapat melakukan beberapa tahapan:

1. Mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan
2. Mengetahui proses pengambilan keputusan dalam membeli produk
3. Membangun citra perusahaan
4. Membangun kesadaran akan pentingnya kepuasan pelanggan

Perusahaan harus meningkatkan kualitas pelayanan, harga yang kompetitif dan memperhatikan kepuasan pelanggan sehingga pelanggan akan loyal terhadap perusahaan.

Pelanggan yang loyal sangat berarti bagi perusahaan karena biaya untuk mendapatkan pelanggan baru lebih mahal daripada memelihara pelanggan lama. (Peter dan Olson, 2010, 110). Apabila konsep kualitas pelayanan tersebut diatas berjalan dengan baik, dan harga yang diterapkan perusahaan sesuai maka kepuasan pelanggan akan meningkat dan pelanggan menjadi loyal. Sehingga menjadi suatu fenomena yang harus dianalisis. Berbagai penelitian sebelumnya terkait kualitas pelayanan sendiri telah dilakukan diantaranya penelitian yang dilakukan oleh :

Menurut Padma T Wibawa, Naili Farida, Sari Listyorini (2014) Ada pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, ada pengaruh positif dan signifikan harga terhadap kepuasan pelanggan, ada pengaruh positif kepuasan pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan, ada pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan, ada pengaruh positif dan signifikan harga terhadap Loyalitas Pelanggan.

Menurut Aris Ardiansyah (2014) menyimpulkan bahwa: kualitas pelayanan merupakan variabel yang tidak mempengaruhi loyalitas pelanggan, sedangkan kualitas produk merupakan variabel yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan, hal ini menunjukkan variabel kualitas produk (X_2) mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan sangat nyata. Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk mengetahui lebih lanjut tentang loyalitas pelanggan taxi khususnya pada blue bird yang dituangkan dalam suatu penelitian dengan judul: "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Taxi Blue Bird di Jakarta Selatan".

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang masalah diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Taksi Blue Bird di Jakarta Selatan ?
2. Apakah Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Taksi Blue Bird di Jakarta Selatan ?
3. Apakah Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas pelanggan pada Taksi Blue Bird di Jakarta Selatan ?
4. Apakah Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Taksi Blue Bird di Jakarta Selatan ?
5. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Taksi Blue Bird di Jakarta Selatan ?
6. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada Taksi Blue Bird di Jakarta Selatan ?
7. Apakah Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada Taksi Blue Bird di Jakarta Selatan ?
8. Apakah Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan pada Taksi Blue Bird di Jakarta Selatan ?

1.3 Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Taksi Blue Bird di Jakarta Selatan ?
2. Untuk mengetahui Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Taksi Blue Bird di Jakarta Selatan ?
3. Untuk mengetahui Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan pada Taksi Blue Bird di Jakarta Selatan ?
4. Untuk mengetahui Harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Taksi Blue Bird di Jakarta Selatan ?
5. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Taksi Blue Bird di Jakarta Selatan ?
6. Untuk mengetahui kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada Taksi Blue Bird di Jakarta Selatan ?
7. Untuk mengetahui Harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada Taksi Blue Bird di Jakarta Selatan ?
8. Untuk mengetahui Harga berpengaruh terhadap kualitas pelayanan pada Taksi Blue Bird di Jakarta Selatan ?

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Kegunaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan perusahaan sebagai alat untuk melihat apakah terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Dengan demikian perusahaan dapat membuat suatu tindakan pencegahan serta dapat mengevaluasi sejauh mana kualitas pelayanan dan harga mempengaruhi loyalitas pelanggan.
2. Bagi pihak lain, diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai suatu karya ilmiah yang layak dipercaya dan dapat menjadi bahan acuan maupun pertimbangan pembaca karya ilmiah lainnya.
3. Bagi peneliti, diharapkan penelitian ini bermanfaat sebagai suatu aplikasi penerapan ilmu yang telah didapat selama kuliah, khususnya dibidang pemasaran. Hal ini memperluas wawasan dan bekal bagi peneliti dikemudian hari.