

# BAB I

## PENDAHULUAN

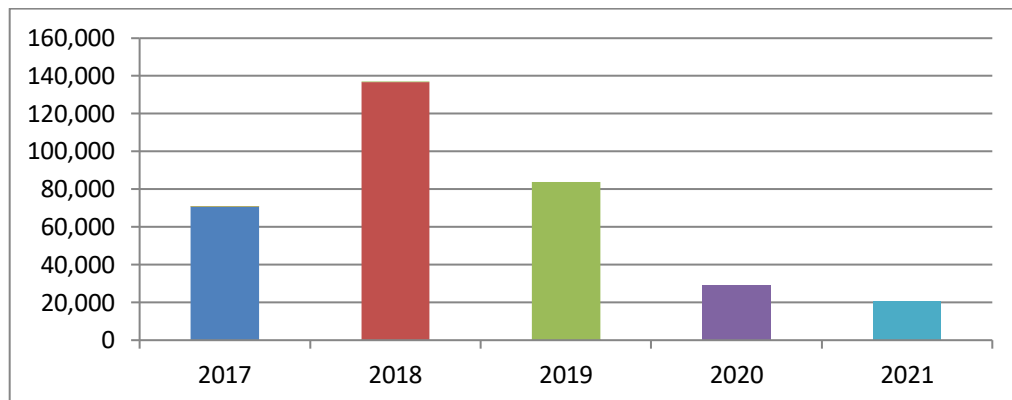
### 1.1. Latar Belakang

Transportasi ialah salah satu jasa atau bidang kesibukan yang amat penting di kehidupan masyarakat Indonesia. Transportasi di Indonesia sangat penting untuk masyarakat disebabkan karena ada beberapa faktor di antaranya, faktor geografis Indonesia menjadi salah satu faktor mengapa transportasi sangat penting bagi masyarakat Indonesia, memiliki ribuan pulau yang terdiri dari yang terkecil hingga pulau yang besar, dengan *bahar* (perairan) yang sebagian besar terdiri atas laut, sungai, danau yang kemungkinan besar melakukan transmisi melalui darat, perairan maupun udara untuk mencapai keseluruhan kawasan di Indonesia. Transportasi darat memiliki banyak jenis yang sering dijumpai seperti, bus, angkutan kota, ojek online, kereta api dan lain-lain. Transportasi yang paling diminati oleh masyarakat adalah sarana transportasi kereta api. Hal ini mempunyai sebab dikarenakan transportasi darat sangat mudah di akses dan sering dijumpai, bahkan transportasi darat seperti kereta api. Kereta Api memiliki banyak perbedaan jenis mulai dengan kelas ekonomi, kelas bisnis dan kelas eksekutif, dalam perbedaan masing-masing jenis kelas ada beberapa perbedaan fasilitas dimulai dari susunan tempat duduk, model tempat duduk, pilihan destinasi, persediaan bantal/selimut dan durasi perjalanan.

Berlandaskan pada hasil penelitian terdahulu yang telah peneliti telaah, terindikasi pada *research gap* mengenai 2 variabel independen berkaitan dengan Citra Perusahaan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan. Ada dua hasil penelitian dengan hasil yang berbeda setiap variabelnya. Bersumber pada hasil penelitian Mia Audina Meilinda dan Sri Langgeng (2017) dengan penelitian yang berjudul “Pengaruh Fasilitas, Harga dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Hana Hotel Batam” dengan variabel penelitian Fasilitas (X1), Harga (X2), Citra Perusahaan (X3) dan Kepuasan Pelanggan (Y).

Pada *research gap* variabel Citra Perusahaan hasil penelitian tersebut mengemukakan bahwa variabel fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, berbeda dengan hasil penelitian yang telah diteliti oleh Vika Lutfiyani dan Euis Soliha (2019) dengan judul penelitian “Pengaruh Citra Perusahaan, Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan (Studi Pada KSPSS Bondho Ben Tumoto Semarang)” menggunakan variabel Citra Perusahaan (X1), Kepercayaan (X2), Kualitas Layanan (X3) dan Kepuasan (Y). Dengan penelitian yang telah dilakukan dan hasil yang dikemukakan memiliki hasil yang tidak berpengaruh terhadap Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Pada *research gap* variabel kedua yakni Fasilitas ada dua perbedaan dalam penelitian tersebut, perbedaan tersebut terdapat adanya pengaruh yang signifikan dan tidak signifikan dalam hasil penelitian. Hasil penelitian yang telah diteliti oleh Ninik Srijani dan Achmad Sukma Hidayat (2017) yang memiliki judul “Pengaruh, Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan di Aston Madiun Hotel & Conference Center” dengan menggunakan variabel yang terdiri dari (X1) Fasilitas, (X2) Harga, (X3) Citra Perusahaan dan (Y) Kepuasan Pelanggan. Pada *research gap* terhadap variabel Fasilitas memiliki hasil yang berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan. Sedangkan pada *research gap* dari hasil penelitian Didik Nurdiansyah dan Dian Ayu Liana Dewi (2013) yang memiliki judul “Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Konsumen Yang Dimoderasi Kepuasan Konsumen” dengan menggunakan variabel Citra Perusahaan (X1), Kualitas Pelayanan (X2) , Fasilitas (X3) dan Kepuasan Pelanggan (Y). Disaat melakukan penelitian ini terdapat hasil yang berbeda dengan *research gap* penelitian yang pertama, pada penelitian yang kedua tepatnya pada variabel Fasilitas ditemukan hasil yang tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.



**Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Kereta Api Indonesia (Persero) Wilayah Jawa**

Sumber : Badan Pusat Statistik

Pada gambar 1.1 diatas telah menunjukkan jumlah pelanggan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) pada tiap tahun terhitung dari tahun 2017 hingga 2021 mengalami naik turun yang substansial. Hingga pada tahun 2020 sampai dengan 2021 mengalami penurunan yang sangat dratis dikarenakan dampak dari pandemi *SARS-CoV-2* atau covid-19 yang sedang memasuki area Indonesia, faktor atas terjadi naik turunnya pengguna jasa PT. Kereta Api Indonesia dikarenakan adanya pemberlakuan Lockdown bagi seluruh wilayah di Indonesia dan juga pemberlakuan secara besar-besaran berlangsung di sejumlah area yang ada di Indonesia. Dengan adanya pemberlakuan Lockdown dan PSBB, pada pertengahan tahun 2021 pemerintah telah melonggarkan kegiatan di area luar rumah atau mengizinkan kembali masyarakat menggunakan jasa angkutan umum khususnya angkutan darat yaitu kereta api dengan mematuhi protokol kesehatan yang ada. Dengan diambilnya data diatas menjadi acuan untuk bukti bahwa di Indonesia lebih berkeinginan menggunakan angkutan darat berupa kereta api.

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) ialah salah satu pelayanan transportasi yang melayani berbagai macam rute dengan wilayah utama terdapat di pulau jawa sedangkan berbagai wilayah lainnya antara lain, Aceh, Sumatra Utara, Sumatra Barat, Sumatra Selatan, dan Lampung. Dengan tersedianya berbagai lintasan, penumpang dihadapkan dengan berbagai macam pilihan kelas yang cocok guna kenyamanan penumpang itu sendiri pasti memiliki cara tersendiri untuk menarik

daya minat dalam pemilihan jasa transportasi darat berupa kereta api, dimulai dengan cara meningkatkan kualitas jasa dengan berupa fasilitas yang ditawarkan, memberikan kemudahan dalam mendapatkan tiket melalui aplikasi, dan juga memiliki citra perusahaan yang baik guna membantu kegiatan perusahaan dalam proses pemasaran PT. Kereta Api Indonesia (Persero).

Pelanggan mempunyai peranan yang amat sangat penting dalam siklus hidup perusahaan. Bagi perusahaan dengan adanya pelanggan adalah salah satu hal yang mampu akan mengawasi suatu kesuksesan bisnisnya, industri harus tetap mempertahankan dan menjaga citra perusahaan, fasilitas perusahaan dan menjadikan kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Selain itu mengingat pelanggan akan memperoleh paparan tumbuhnya kesanggupan industri di tenggak yang akan datang. Pada era trendi saat ini, pelanggan akan semakin eklektik dalam memilih kontribusi angkutan. Pada situasi ini industri mesti reaktif akan cikal bakal kemajuan zaman dan harus bisa mempunyai karakter yang bersifat energik, memiliki artian bahwa industri kudu bisa melakukan berbagai macam terobosan yang anyar. Pada abad kesejagatan bak kini, kompetisi berbisnis sedemikian itu ketat dan kompleks, andaikata bila industri tidak memproduksi inovasi aktual pastinya akan tertinggal dengan perusahaan yang sudah menciptakan terobosan anyar.

Menurut (Ardianto, 2016) citra perusahaan memiliki impresi, pandangan, dan refleksi publik tentang suatu industri, impresi yang dimaksud adalah tercipta dari suatu fenomena, jiwa dan wadah terkait. Maka dari itu, citra suatu perusahaan menurut setiap orang akan berbeda. Perusahaan akan memiliki lebih dari satu citra tergantung dari pihak lain perusahaan saat melakukan interaksi. Karena tanpa memiliki citra perusahaan yang stabil dan konklusif akan pelik bagi perusahaan untuk atraktif penumpang anyar dan berusaha membentengi yang ada.

Menurut (Youti, 1997) dalam (Reyhan, 2013) menafsirkan bahwa fasilitas yakni seluruh entitas yang secara asa karena telah disiapkan oleh fasilitator kontribusi untuk dimanfaatkan serta juga dinikmati oleh pelanggan untuk mempersembahkan kesan nyaman dengan ambang kepuasan yang maksimal. Fasilitas sendiri ialah segenap sesuatu yang berbentuk instrumen fisik yang telah

dipersembahkan oleh kubu penyedia kontribusi guna menyokong kemakmuran penumpang.

Menurut (Kotler, 1997) dalam (Lupiyoadi, 2013:228) terciptanya kepuasan pelanggan dapat berarti perasaan orang setelah membandingkan suatu hasil (atau kinerja) yang telah ia persepsikan dibandingkan dengan harapannya. Sedangkan menurut (Westbrok dan Reily, 1983) dalam (Tjiptono, 2014:353) memiliki pendapat secara menyeluruh kepuasan juga memiliki respon emosional akan keahlian-keahlian terkait dengan sebuah produk atau jasa tertentu..

Adapun maksud dari citra perusahaan yaitu mencakup identitas apik, pamor alias keahlian menumbuhkan elemen utama yang kerap merajai petuah suatu penumpang pada bagian kontribusi daripada memadankan pada sektor konsekuesi. “Dengan mempertahankan dan membina suatu citra yang efektif terlampau berarti makna alokasi suatu organisasi kontribusi seumpama hendak menarik pelanggan dan membela loyalitas tersebut” (Farida, 2011).

Seperti yang telah dijelaskan diatas permasalahan yang mungkin akan dihadapi oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP 8 Surabaya dalam meluaskan citra perusahaan dan fasilitas. Dengan kondisi tersebut bahwa penelitian ini mengambil judul berkenaan “*Pengaruh Citra Perusahaan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Kereta Api Argo Bromo Di PT. Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP 8 Surabaya*”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berlandaskan latar belakang yang menilik penulis uraikan diatas, bahwa perumusan masalah paham penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah variabel citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna kereta api Argo Bromo PT. Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP 8 Surabaya ?
2. Apakah variabel fasilitas yang disediakan di kereta api Argo Bromo cukup berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP 8 Surabaya?

3. Apakah citra perusahaan dan fasilitas secara bersamaan memiliki pengaruh akan kepuasan pelanggan pengguna kereta api Argo Bromo PT. Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP 8 Surabaya ?

### **1.3 Batasan Masalah**

Batasan dari pembahasan yang ada di identifikasi masalah tersebut tidak akan dijelaskan detail pada penelitian ini dikarenakan berbagai keterbatasan dan menghindari dari meluasnya permasalahan agar lebih mudah dipahami dan dimengerti. Maka dari itu peneliti akan memberi suatu batasan mengenai pengaruh citra perusahaan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pengguna kereta api Argo Bromo di PT. Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP 8 Surabaya.

### **1.4. Tujuan Penelitian**

Akan halnya arah dari penelitian ini antara lain adalah :

1. Untuk menguji dan menganalisa apakah citra perusahaan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan pengguna kereta api Argo Bromo PT. Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP 8 Surabaya.
2. Untuk menguji dan menganalisa apakah fasilitas dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan pengguna kereta api Argo Bromo PT. Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP 8 Surabaya.
3. Untuk menguji dan menganalisa apakah citra perusahaan dan fasilitas dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan pengguna kereta api Argo Bromo di PT. Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP 8 Surabaya.

### **1.5. Manfaat Penelitian**

Pada penelitian ini penulis berharap akan memperoleh beberapa manfaat dan berfaedah bagi semua aspek, terutama aspek yang memiliki relevansi langsung dalam persoalan yang telah ditelaah tatkala penelitian ini dijalankan, yaitu sebagai berikut :

1. Bagi PT. Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP 8 Surabaya : saat hasil observasi ini selesai diminta bisa menyampaikan saran dan petunjuk yang

berguna akan industri untuk selalu menumbuhkan citra perusahaan dan fasilitas yang layak bakal kepuasan bagi pelanggan industri.

2. Bagi STIAMAK Barunawati : penelitian diharapkan cakup menambah wawasan dan pengetahuan mahasiswa dalam berfikir, guna menambah literatur perpustakaan sehingga dapat berkhasiat bagi segala pihak.
3. Bagi Peneliti : disaat melangsungkan sebuah penelitian diminta peneliti dapat menyumbangkan pandangan yang bertambah. Peneliti akan lebih memahami tentang citra perusahaan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan, dan diminta menjadi pertimbangan lagi dialokasi peneliti lebih jauh.

### **1.6. Sistematika Penulisan**

Sekiranya untuk menyederhanakan pandangan dan pemahaman selama penulisan ini berlangsung, maka penulis mengurutkan dalam suatu sistematika penulisan sebagai berikut :

#### **1. BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini menurut garis besar yang berisikan uraian perihal teori-teori yang bakal digunakan dalam penelitian berupa, latar belakang bakal menjadi tumpuan bagi penelitian dan fondasi penelitian, rumusan masalah menjadi pokok tujuan penelitian, selain itu terdapat maksud persoalan yang akan ditunjukkan supaya penelitian yang telah ditunaikan tidak menyimpang dari rumusan masalah, serta terdapat maksud dan utilitas penelitian agar dapat mencapai keinginan dalam penelitian,serta sistematika penulisan berisikan tafsir ringkas dalam pencatatan intruksi akhir ini lebih tertuju.

#### **2. BAB II LANDASAN TEORI**

Pada bab ini terdapat prinsip yang akan bersinggungan dengan ulasan penelitian yang akan berkompeten dengan membuktikan peparuh penelitian sebelumnya. Konsep yang tertera yaitu terdapat lantaran sebagaian buku-buku literatur demi asal bahan dari para nahli yang terpaut dalam dengan pengkajian penelitian.

### **3. BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini berisikan perihal beberapa tindakan yang dikerjakan, sebab penulis ketika melangsungkan kegiatan penelitian penulisan paparan penelitian. Sekiranya dampak yang dapat tercapai akan akurat, maka dari itu diinginkan adanya strategi penelitian yang secara terorganisasi dan tertata, maka dari itu akan mendapatkan hasil yang tidak beralih arah dari tujuan awal penelitian.

### **4. BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini terdapat penjabaran dari hasil peninjauan, akumulasi dan pengelolaan data maka dari itu hasil yang akan diperoleh sewaktu penelitian dan pengerjaan ulasan penelitian.

### **5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab terakhir ini berhubungan dengan pendapat dari asal mula polemik beserta anjuran akan kubu yang terikat sebagai bahan yang diteliti untuk dapat membenahi kesukaran dan evolusi dimasa yang akan datang.