

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Moda transportasi kereta api hingga kini masih menjadi primadona masyarakat untuk bepergian ke sejumlah daerah di Indonesia. Seiring dengan meningkatnya animo masyarakat dalam menggunakan kereta api, PT. Kereta Api Indonesia (Persero) atau PT. KAI semakin meningkatkan pelayanan kepada para pelanggannya. Selain memberikan kenyamanan saat berada di stasiun, para penumpang juga dimanjakan dengan pelayanan di atas kereta. Larangan merokok, pemberlakuan kapasitas tempat duduk 100 persen, penyediaan fasilitas *charger* gratis dan ruang ibu menyusui, merupakan berbagai upaya PT. Kereta Api Indonesia dalam mempersembahkan layanan terbaiknya kepada para pelanggan. Para penumpang pun kini semakin nyaman dengan area peron yang lebih luas, bersih, bebas pedagang asongan, dan tertib.

Tjiptono (2014:282) Pengukuran kualitas jasa didasarkan pada skala multi-item yang dirancang untuk mengukur harapan dan persepsi pelanggan. Dengan demikian, terdapat lima dimensi utama, diantaranya:

1. Keandalan (*Reliability*), yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan oleh PT.KAI pada Kereta Api lokal Kedung Sepur.
2. Daya Tanggap (*Responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap oleh PT.KAI pada Kereta Api lokal Kedung Sepur.

3. Jaminan (*Assurance*), mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki staf; bebas dari bahaya, risiko atau keraguan oleh PT.KAI pada Kereta Api lokal Kedung Sepur.
4. Empati (*Emphaty*), meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan oleh PT.KAI pada Kereta Api lokal Kedung Sepur.
5. Bukti Fisik (*Tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi oleh PT.KAI pada Kereta Api lokal Kedung Sepur.

Kotler dan Keller (2014:150), menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja produk yang dipikirkan terhadap kinerja hasil yang diharapkan. Dengan kata lain, seseorang merasa puas apabila hasil yang didapat minimal mampu memenuhi harapannya sedangkan seseorang merasa tidak puas apabila hasil yang didapat tidak mampu memenuhi harapannya. Kepuasan yang dirasakan seseorang akan memberikan dampak terhadap perilaku penggunaan kembali secara terus menerus sehingga terbentuklah loyalitas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya menjadi harmonis sehingga memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya kesetiaan terhadap merek serta membuat suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan.

Pada era globalisasi saat ini dengan meningkatnya intensitas persaingan dibidang yang sama, maka perusahaan akan menghadapi persaingan yang sangat ketat. Untuk itu diperlukan inovasi atau trobosan baru agar dapat memenuhi harapan dan keinginan pelanggan dengan cara memberikan pelayanan yang lebih baik dan memuaskan jika dibandingkan dengan yang dilakukan oleh pesaing. Serta meningkatkan kualitas dengan harapan akan terbentuknya kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PT.KAI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Pada Kereta Api Lokal Kedung Sepur di Stasiun Ngrombo Grobogan).**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *Reliability, Responsiviness, Assurance, Empathy, Tangibles* berpengaruh *significant* terhadap Kepuasan Pelanggan ?
2. Apakah *Reliability, Responsiviness, Assurance, Empathy, Tangibles* saling berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan ?
3. Apakah *Reliability, Responsiviness, Assurance, Empathy, Tangibles* berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui *Reliability, Responsiviness, Assurance, Empathy, Tangibles* berpengaruh *significant* terhadap Kepuasan Pelanggan.
2. Untuk mengetahui *Reliability, Responsiviness, Assurance, Empathy, Tangibles* saling berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.
3. Untuk mengetahui *Reliability, Responsiviness, Assurance, Empathy, Tangibles* berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan terhadap ilmu pengetahuan khususnya bidang Pemasaran dalam kaitannya dengan kualitas pelayanan perusahaan jasa terhadap kepuasan pelanggan.

2. Secara Praktis

Secara praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan informasi bagi pihak perusahaan. Sehingga dapat digunakan sebagai acuan dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi. Dan bagi pihak lain penelitian ini juga diharapkan dapat membantu pihak lain dalam penyajian informasi untuk mengadakan penelitian serupa.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika dalam penulisan ini disusun secara berurutan mulai dari pendahuluan hingga penutup. Untuk lebih rinci adalah sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Bab ini menjelaskan tentang arah tujuan, dan alasan penelitian yang mendorong penulis melakukan penelitian meliputi : Latar Belakang, Perumusan Masalah, Tujuan Masalah, Manfaat Penelitian (Manfaat Teoritis dan Manfaat Praktis), serta Sistematika Penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka

Bab ini menjelaskan tentang teori-teori yang mendasari penelitian, meliputi : Tinjauan Pustaka, Penelitian Terdahulu, Kerangka Pemikiran, Hipotesis.

BAB III Metode Penelitian

Bab ini menjelaskan tentang hal-hal yang berkaitan dengan Jenis Penelitian, Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel, Data dan Sumber Data, Metode Pengumpulan Data, Teknik Pengambilan Sampel dan Teknik Analisis Data yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum PT. Kereta Api Indonesia, Analisis Data dan Pembahasan Hasil Penelitian.

BAB V Penutup

Bab ini berisi Simpulan dan Saran dalam penelitian yang diharapkan agar menjadi pertimbangan untuk penelitian-penelitian yang berkaitan dengan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan.