

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sektor pariwisata saat ini sedang berada pada posisi yang diunggulkan oleh pemerintah Indonesia, bahkan menjadi salah satu gaya hidup masyarakat Indonesia. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) jumlah perjalanan wisnus pada 2018 tumbuh 12,37% menjadi 303,4 juta kali dibandingkan tahun sebelumnya. Bahkan, dalam lima tahun (2013-2018) perjalanan wisnus telah meningkat lebih dari 21% setkab.go.id (2017)

Kementerian Perhubungan menjelaskan bahwa Indonesia memiliki potensi industri maritim yang besar dilihat luas laut Indonesia kurang lebih 5,8 Juta km² dengan jumlah pulau sebesar 17.508 pulau, maka Indonesia diklaim sebagai negara maritim. Potensi kemaritiman ini menunjukkan peningkatan dalam tiga tahun terakhir, terjadi peningkatan pada tiga sektor yaitu perikanan, pertanian, dan pariwisata, dephub.go.id (2017). Maka tidak heran apabila saat ini bisnis pada sektor pariwisata mulai beranjak tumbuh dan berkembang mengikuti arus permintaan dari konsumen. Pariwisata tidak hanya mengacu pada objek lokasi yang menjadi tujuan pariwisata, lebih dari itu maka tumbuh juga faktor pendukung dari adanya pariwisata seperti hotel, transport, pusat perbelanjaan, pusat oleh-oleh, dan lain sebagainya.

Melihat peluang peningkatan sektor pariwisata, maka mulai bermunculan perusahaan otobus khususnya trayek pariwisata dalam

melayani kebutuhan pariwisata melalui darat baik dalam kota, dalam provinsi, maupun antar kota dan antar provinsi. Setiap bus pariwisata memiliki karakter mereka masing-masing tergantung segmen pasar mana yang dituju. Sehingga banyak macam karakter yang dapat diperhatikan dengan seksama. Ada perusahaan otobus pariwisata yang berfokus pada penumpang segmen pasar anak muda yang lebih mengutamakan penampilan dan fasilitas hiburan lebih, ada pula yang berfokus pada pasar penumpang atau pengguna instansi maupun menengah atas yang lebih mengutamakan pelayanan dan kenyamanan dibanding hiburan lebih.

Perusahaan Otobus pariwisata hadir dalam melayani masyarakat dalam bidang pariwisata terkhusus transportasi darat yang memiliki keunggulan sebagai perusahaan otobus dengan armada yang selalu rutin diperbarui sehingga pengguna tertarik untuk mencoba armada dari Bus Pariwisata baik pertama kali maupun menjadi konsumen yang loyal. Loyalitas menurut Oliver dalam Kotler and Keller (2009:138) mendefinisikan loyalitas sebagai komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung suatu produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih.

Keunggulan dari Bus Pariwisata ini juga perlu didukung dengan kualitas layanan yang baik dari awak bus. Sederhananya dalam menilai kualitas layanan dapat dilihat dari perbandingan antara persepsi yang konsumen rasakan pada saat pelayanan mereka rasakan secara langsung

dibandingkan dengan pelayanan yang konsumen harapkan atas atribut perusahaan dalam melayani mereka Diza (2016). Pelayanan adalah kegiatan yang ditawarkan dari satu pihak kepada pihak dua atau lainnya yang berbentuk jasa dan tidak mengakibatkan kepemilikan kepada pihak dua atau lainnya Mardikawati (2016).

Kepuasan konsumen juga merupakan hal yang penting dalam upaya menjaga loyalitas konsumen Bus Pariwisata . Kepuasan yang dinilai oleh konsumen kepada operator Bus Pariwisata yaitu mulai pada segi armada bus, dan juga kepuasan konsumen baik sebelum dan saat dilakukan perjalanan wisata. Kepuasan menurut Kotler and Keller (2009:138) merupakan perasaan senang maupun kecewa dari konsumen yang muncul dikarenakan membandingkan kinerja yang dipersepsikan atas hasil terhadap harapan konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh Normasari, Kumadji, and Kusumawati (2013) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan, Dan Loyalitas Pelanggan Survey Pada Tamu Pelanggan Yang Menginap Di Hotel Pelangi Malang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara langsung tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Sebaliknya kepuasan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dalam bentuk skripsi dengan judul “Pengaruh

Kualitas Layanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen.
Studi Kasus Pada Pengguna Bus Pariwisata.”

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang dijelaskan diatas maka rumusan masalah yang kami ajukan antara lain sebagai berikut :

1. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen Bus Pariwisata?
2. Apakah Kepuasan Konsumen berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen Bus Pariwisata?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian berdasarkan rumusan masalah yang diambil dari latar belakang diatas antara lain :

1. Mengetahui apakah Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen Bus Pariwisata.
2. Mengetahui apakah Kepuasan Konsumen berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen Bus Pariwisata.

D. Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat yang diperoleh dari penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
Harapan dari adanya penelitian ini adalah adanya pandangan tentang kualitas layanan, dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen.
2. Manfaat Praktis

a. Bagi Akademisi

Dapat memberikan sumbangan berupa wawasan ilmu pengetahuan mengenai pengaruh dari kualitas layanan dan kepuasan konsumen untuk dapat dijadikan referensi dalam melakukan penelitian di masa mendatang.

b. Bagi Operator Bus Pariwisata

Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi operator Bus Pariwisata dalam mempertahankan loyalitas konsumen.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan skripsi digunakan agar pembaca lebih mudah memahami urutan penulisan skripsi ini. Penulisan skripsi terbagi menjadi lima bab, yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab I berisi pendahuluan membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika dari penulisan skripsi yang ditulis berupa uraian singkat.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab II tinjauan pustaka berisikan tentang teori yang diambil dari kutipan buku, jurnal, dan dari beberapa *literature review* yang berkaitan dengan materi dari penyusunan penelitian berbentuk

skripsi, kerangka pemikiran, dan penelitian terdahulu juga pengembangan hipotesis dalam laporan penelitian skripsi.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab metodologi penelitian akan membahas perihal desain dari penelitian, populasi dan sampel, data dan sumber data, metode pengumpulan data, definisi operasional variabel, dan metode analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab hasil penelitian dan pembahasan berisikan tentang pembahasan mengenai analisa yang dilakukan penulis terhadap hasil penelitian melalui metode analisis data yang telah ditentukan dalam bab tiga. Pengujian hasil penelitian memuat pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen.

BAB V : PENUTUP

Pada bab penutup berisikan kesimpulan dari seluruh hasil penelitian dan saran yang sesuai menurut permasalahan yang diteliti.