

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi saat ini perkembangan sarana transportasi merupakan suatu bagian yang tidak dapat dipisahkan dan sangat dibutuhkan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Terdapat hubungan erat antara transportasi dengan jangkauan dan lokasi kegiatan manusia baik barang atau jasa. Salah satu perusahaan jasa yang berkembang dengan sangat cepat saat ini adalah jasa transportasi. Didalam mencapai tujuan yang berorientasi pada kepuasan dan loyalitas konsumen, kinerja perusahaan akan menentukan persepsi konsumen terhadap layanan yang diberikan. Transportasi memegang peranan yang sangat penting dalam menunjang pertumbuhan ekonomi masyarakat dan merupakan urat nadi dalam pembangunan ekonomi suatu negara. Moda transportasi masal yang memiliki tingkat efisien dan efektifitas paling tinggi adalah kereta api (Setianingrum, 2018).

Kereta api merupakan salah satu fasilitas layanan transportasi yang memiliki peran yang sangat strategis dalam upaya mempercepat peningkatan pengurangan kemacetan. Kereta api dalam menawarkan jasa harus berupaya memberikan layanan terbaik kepada pengguna kereta api dan memberikan perbedaan serta karakteristik masing-masing. Pengguna kereta api sangat teliti dalam menyeleksi dan sangat memperhitungkan jenis layanan yang di butuhkan pihak kereta api tersebut, sehingga hal ini merupakan sebuah tantangan dalam perkembangan perusahaan kereta api (Ningsih, 2018).

Kereta api diyakini dapat menjadi salah satu moda transportasi yang dapat diandalkan sebagai tulang punggung angkutan penumpang dan barang yang menjadi salah satu penggerak utama perekonomian nasional. Sistem transportasi kereta api yang terintegrasi dengan moda lainnya dalam rantai logistik nasional dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas kegiatan ekonomi (Muttaqin, dkk 2016).

Kualitas layanan yang baik pada konsumen akan berdampak pada kepuasan konsumen dan akan berlanjut pada tingkat loyalitas konsumen pada produk jasa yang di tawarkan oleh pihak PT. Kerata Api Indonesia. Selain dari kualitas infrastruktur kemudahan penggunaan juga merupakan salah satu kepuasan bagi konsumen, dimana kepuasan mempengaruhi keuntungan bagi perusahaan dengan adanya layanan dan sistem informasi dalam transportasi. Sviokla (Lupiyoadi, 2006) mendefinisikan bahwa kualitas layanan sebagai daya upaya dari setiap pelaku jasa meenyampaikan pelayanan prima dan berkualitas kepada para konsumen. Wyckof (Arief, 2008) mendefinisikan kualitas jasa adalah kelebihan yang dihendaki dan dikendalikan untuk pemenuhan hasrat pengguna jasa. Kualitas layanan telah terbukti berkontribusi besar terhadap kepuasan konsumen. Kotler (2004) bahwa dengan adanya kualitas layanan dapat memberikan keuntungan penjualan dan membantu mempertahankan konsumen yang ada.

Mempertahankan kepuasan serta loyalitas konsumen merupakan salah satu langkah baik yang dapat diterapkan oleh perusahaan untuk tetap dapat bersaing dan menguasai pangsa pasar. Demi terwujudnya maksud tersebut, maka PT. Kereta Api Indonesia diharapkan mampu menjaga perilaku ramah, efisien dan efektif dalam menyajikan produk atau jasanya, sehingga dapat menumbuhkan kepercayaan dan kenyamanan dari pihak konsumen. PT. Kereta Api Indonesia juga diharapkan dapat lebih mengetahui fakto-faktor apa sajakah yang dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen dan juga mengevaluasi dan memperbaiki faktor-faktor yang dapat menurunkan tingkat loyalitas konsumen (Setianingrum, 2018).

Kepuasan menurut Kotler dan Keller (2009) kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan, produk terhadap ekspektasi mereka. Perusahaan dituntut untuk bersifat *customize*, artinya dituntut lebih responsif terhadap para konsumennya dan lebih mampu menarik konsumen. Citra kualitas layanan yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi penyedia layanan, melainkan berdasarkan persepsi pelanggan (Widodo 2016). Hal itu sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Maylina, (2003), Widyaningtyas, (2010) dalam Saribanon, dkk (2016), dengan *satisfaction* mempunyai pengaruh yang signifikan positif terhadap kesetiaan terhadap merek pada konsumen.

Loyalitas konsumen adalah mereka yang sangat puas dengan produk atau jasa tertentu sehingga mempunyai antusiasme untuk memperkenalkannya kepada siapapun yang mereka kenal (Setianingrum, 2018). Loyalitas merupakan istilah yang telah digunakan untuk melukiskan kesetiaan dan pengabdian kepada sesuatu. Dalam konteks bisnis belakangan ini, istilah loyalitas telah digunakan untuk melukiskan kesediaan pelanggan untuk terus berlangganan pada sebuah perusahaan dalam jangka panjang, dengan membeli dan menggunakan barang serta jasanya secara berulang-ulang dan lebih baik lagi secara eksklusif, dan dengan suka rela merekomendasikan produk perusahaan tersebut kepada teman-teman dan rekan-rekannya. Tantangan besar bagi pemasar jasa tidak hanya terletak dalam memberikan alasan yang tepat kepada calon konsumen untuk berbisnis dengan mereka, tetapi juga membuat konsumen yang ada tetap loyal dan bahkan menambah pengguna jasanya (Setianingrum, 2018).

Kualitas Layanan menurut Parasuraman *et al* dalam Utomo, dkk (2017) merupakan hasil pembandingan atas persepsi pengguna atas layanan yang mereka inginkan dan diterima. Kualitas layanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan, serta ketepatan penyimpanan untuk mengimbangi harapan pelanggan (Tjiptono, 2014). Hal tersebut menjadikan konsumen merasa puas dalam layanan yang di berikan. Dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan diberikan karena kebutuhan yang dirasakan oleh konsumen atau pengguna kereta api agar lebih maksimal. Karena itu konsumen akan dapat memiliki persepsi positif atas jasa yang bersangkutan.

Kualitas layanan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas (Pangaila dkk, 2018).

Kualitas sistem adalah kemampuan atau performa sistem dalam menyediakan informasi sesuai kebutuhan pengguna (DeLone dan McLean, 1992). Kualitas sistem juga merupakan suatu entitas yang terdiri dari dua atau lebih komponen yang saling berhubungan dan berinteraksi untuk mencapai suatu tujuan. Sebagai pengukur keberhasilan atau kegagalan dalam menerapkan suatu sistem didasarkan pada kepuasan pengguna sistem (Widodo, 2016). Sistem yang berkualitas merupakan sistem yang mampu menghasilkan informasi yang tepat waktu dan relevan untuk proses pengambilan keputusan serta harus cukup sederhana sehingga struktur dan oprasinya dapat dengan mudah dimengerti. Dengan sistem yang baik diharapkan kepuasan pengguna akan terpenuhi. Diprediksi bahwa semakin tinggi kualitas sistem yang diberikan akan berpengaruh terhadap semakin tingginya tingkat kepuasan pengguna menurut Istianingsih dalam Widodo (2016). Hasil penelitian (Widodo, 2016), Istianingsih dan Utami (2009), Iranto (2012), Dian Septiayu dkk (2013), Winda dkk (2014), dan Luqman dkk (2014), memberikan bukti empiris bahwa kualitas sistem berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pengguna.

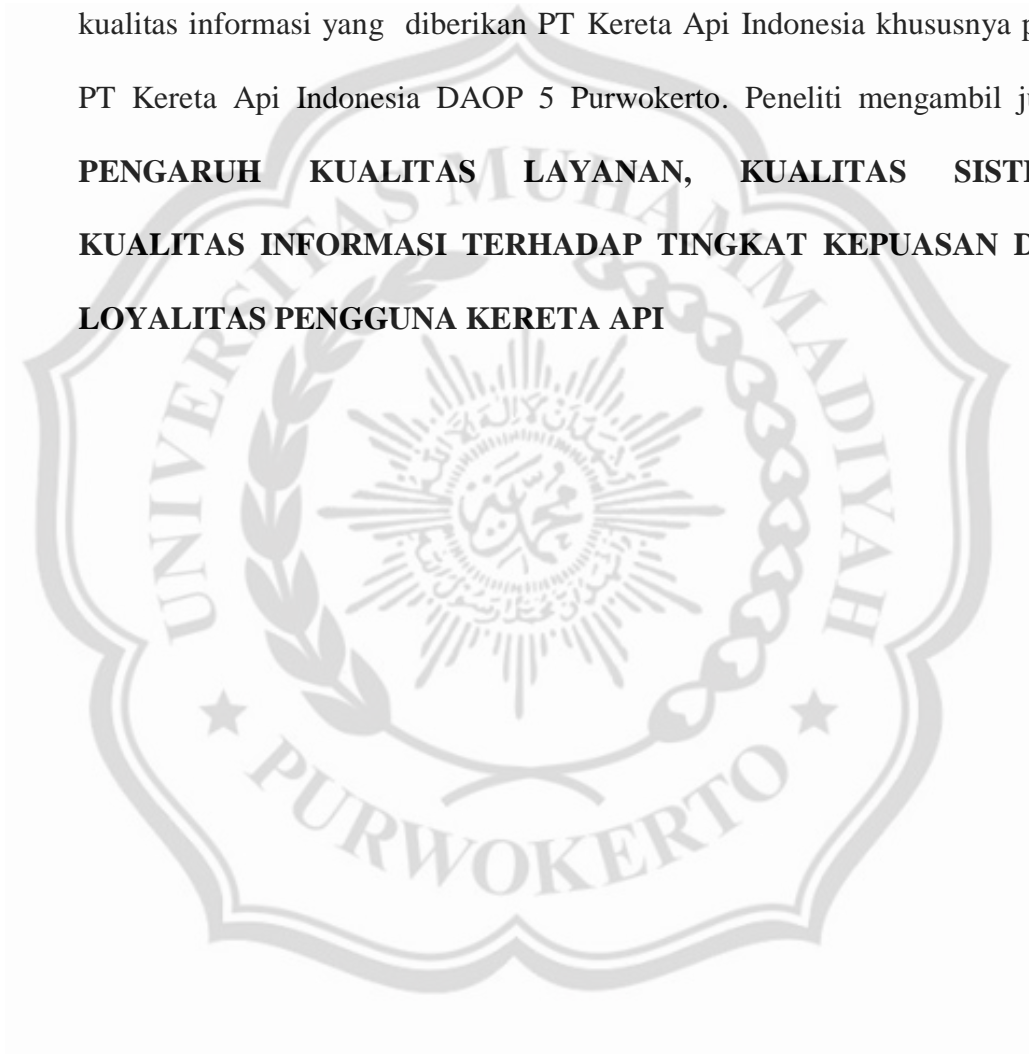
Kualitas informasi merupakan kualitas *output* yang berupa informasi yang dihasilkan oleh sistem informasi yang digunakan (Rai *et al.*, 2002). Semakin baik informasi, maka akan semakin tepat pula keputusan yang diambil, namun apabila informasi yang dihasilkan tidak berkualitas, maka

akan berpengaruh negatif pada kepuasan konsumen (Widodo, 2016). Kualitas Informasi adalah tingkat dimana informasi memiliki karakteristik, isi, bentuk dan waktu yang memberikannya untuk para pemakai ahir tertentu. Selain dari kualitas infastruktur kemudahan pengguna juga merupakan salah satu komponen pengukuran kualitas sistem (O'Briens dalam Widodo, dkk 2016). Dimana kualitas informasi yang berkualitas yaitu mempunyai karakteristik antara lain relevan, akurat, tepat waktu dan lengkap. Kemudahan pengguna adalah konsep yang saling berhubungan tentang penilaian individu terhadap keterlibatan usahanya dalam proses penggunaan sistem (Zahedi dalam Artika, 2017). Hasil penelitian Istianingsih dan Utami (2009), (Widodo, dkk 2016), Iranto (2012), Dian dkk (2013), Windadkk (2014), dan Luqman dkk (2014), (Artika, 2017). memberikan bukti empiris bahwa kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pengguna.

Jenis penelitian ini adalah penelitian pengembangan yang di lakukan oleh Muttaqin; Fatihudin dan Aisyah (2016) yang berjudul "Kualitas Layanan Online Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengguna Kereta Api Ekonomi Maharani Surabaya Pasar Turi Semarang Poncol Pada PT. K.A.I. DAOP VIII Surabaya". Perbedaan penelitian terdahulu dengan yang akan dikembangkan adalah peneliti menambah dua variabel independen yaitu Kualitas Sistem dan Kualitas Informasi, serta mengganti variabel Kualitas Layanan Online menjadi Kualitas Layanan, peneliti juga membedakan pada objek penelitian terdahulu dan sekarang. Peneliti terdahulu menggunakan objek penelitian di PT. K.A.I.

DAOP VIII Surabaya, sedangkan penelitian sekarang menggunakan objek di PT. Kereta Api Indonesia DAOP 5 Purwokerto.

Berdasarkan latar belakang dan fenomena yang terjadi, maka peneliti tertarik untuk mengkaji mengenai kualitas layanan, kualitas sistem dan kualitas informasi yang diberikan PT Kereta Api Indonesia khususnya pada PT Kereta Api Indonesia DAOP 5 Purwokerto. Peneliti mengambil judul **PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS SISTEM, KUALITAS INFORMASI TERHADAP TINGKAT KEPUASAN DAN LOYALITAS PENGGUNA KERETA API**



B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukaandiatas, secara terperinci masalah yang akan diteliti adalah Pengaruh kualitas layanan, Kualitas Sistem, Kualitas Informasi pada pengguna kereta api di Purwokerto berpengaruh pada kepuasan dan loyalitas pengguna.

Dari masalah diatas maka dapat diperoleh rumusan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pengguna kereta api di Purwokerto?
2. Apakah kualitas sistem berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pengguna kereta api di Purwokerto?
3. Apakah kualitas informasi berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pengguna kereta api di Purwokerto?
4. Apakah kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pengguna kereta api di Purwokerto?
5. Apakah kualitas sistem berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pengguna kereta api di Purwokerto?
6. Apakah kualitas informasiberpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pengguna kereta api di Purwokerto?
7. Apakah kepuasan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pengguna kereta api di Purwokerto?
8. Apakah kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas melalui kepuasan pengguna kereta api di Purwokerto?

9. Apakah kualitas sistem berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas melalui kepuasan pengguna kereta api di Purwokerto?
10. Apakah kualitas informasi berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas melalui kepuasan pengguna kereta api di Purwokerto?

C. Pembatasan masalah

Penelitian ini hanya menganalisa terkait :

1. Pengaruh kualitas layanan, kualitas sistem, kualitas informasi terhadap tingkat kepuasan pengguna kereta api.
2. Responden dari penelitian ini adalah pengguna kereta api.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah yang diajukan sebelumnya, maka tujuan penelitian untuk :

- a. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna kereta api di Purwokerto.
- b. Untuk menganalisis pengaruh kualitas sistem terhadap kepuasan pengguna kereta api di Purwokerto.
- c. Untuk menganalisis pengaruh kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna kereta api di Purwokerto.
- d. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pengguna pengguna kereta api di Purwokerto.

- e. Untuk menganalisis pengaruh kualitas sistem terhadap loyalitas pengguna kereta api di Purwokerto.
- f. Untuk menganalisis pengaruh kualitas informasi terhadap loyalitas pengguna kereta api di Purwokerto.
- g. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pengguna pengguna kereta api di Purwokerto.
- h. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas melalui kepuasan pengguna kereta api di Purwokerto.
- i. Untuk menganalisis pengaruh kualitas sistem terhadap loyalitas melalui kepuasan pengguna kereta api di Purwokerto.
- j. Untuk menganalisis pengaruh kualitas informasi terhadap loyalitas pengguna melalui kepuasan pengguna kereta api di Purwokerto.

2. Manfaat Penelitian

Semoga penelitian ini bermanfaat bagi peneliti, ilmu manajemen pemasaran, dan perusahaan. Manfaat yang bisa diambil dalam penelitian ini adalah:

- a. Bagi PT. Kereta Api Indonesia Persero DAOP 5 Purwokerto

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan masukan bagi pihak manajemen PT. Kereta Api Indonesia DAOP 5 Purwokerto dalam meneruskan strategi pemasaran agar konsumen dapat melakukan keputusan penggunaan kereta api melalui layanan kualitas sistem informasi berbasis online khususnya untuk meningkatkan pelayanan dalam melayani pengguna

kereta api, baik lokal maupun rute pendek bisa diakses secara online. Hal ini dikarenakan dapat memudahkan penumpang dalam bertransaksi sehingga tidak perlu lagi antri di loket pembelian tiket.

b. Bagi Ilmu Manajemen Pemasaran

Manfaat bagi ilmu manajemen pemasaran yaitu diharapkan dapat menambah informasi dan referensi bacaan sehingga meningkatkan pengetahuan mengenai pengaruh kualitas layanan online, kualitas sistem, kualitas informasi terhadap tingkat kepuasan dan loyalitas pengguna kereta api.

c. Bagi Peneliti

Manfaat bagi peneliti yaitu dapat menambah pengetahuan mengenai pengaruh kualitas layanan, kualitas sistem, kualitas informasi terhadap kepuasan dan loyalitas pengguna kereta api dan sebagai syarat lulus Sarjana Manajemen S-1 dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.