

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dunia bisnis jasa transportasi dewasa ini semakin memiliki tingkat persaingan yang tinggi, hal tersebut didorong oleh semakin tinggi mobilitas masyarakat perkotaan dan tuntutan mereka terhadap penyediaan sarana dan prasarana transportasi yang aman, nyaman, efektif dan efisien. Salah satunya terjadi pada perusahaan penyedia jasa transportasi umum taksi, dimana mayoritas dari konsumen perusahaan tersebut merupakan masyarakat menengah ke atas yang cenderung lebih selektif dalam memilih penyedia jasa yang dinilai paling memuaskan.

Taksi menurut C. Jotin Khisty dan Kent Lall (2006) adalah mobil yang dioperasikan oleh pengemudi dan disewa oleh pengguna untuk perjalanan pribadi, yang disesuaikan seluruhnya pada keinginan si pengguna.

Semakin tinggi persaingan dalam bidang bisnis jasa transportasi taksi mengharuskan perusahaan-perusahaan penyedia jasa selalu berinovasi meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan untuk mempertahankan konsumen-konsumennya hingga menjadi konsumen yang loyal. Mempertahankan konsumen adalah lebih baik daripada mencari konsumen baru, maka perusahaan harus mampu menciptakan konsumen yang loyal tersebut. Dalam bisnis penyediaan jasa transportasi, loyalitas pelanggan adalah fundamental bagi kelangsungan dan pertumbuhan perusahaan.

Di Kota Bandung, taksi merupakan salah satu transportasi umum yang cukup diminati, jumlah penyedia layanannya pun terbilang banyak. Salah satu yang familiar di telinga masyarakat Kota Bandung adalah Taksi Blue Bird Reguler milik PT. Blue Bird Tbk. atau Blue Bird Group. Berdasarkan buku Perhubungan Darat Dalam Angka Tahun 2012-2014 yang diterbitkan oleh Direktorat Jenderal

Perhubungan Darat Kementerian Perhubungan Republik Indonesia, jumlah armada Taksi Blue Bird dan taksi lainnya di Kota Bandung adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Armada Taksi di Kota Bandung**

No.	Nama Perusahaan	Jumlah Armada (Tahun)			Ket.
		2012	2013	2014	
1.	Gemah Ripah	481	481	481	Terbit pada: • Data Tahun 2012 pada Maret 2013 • Data Tahun 2013 pada Maret 2014 • Data Tahun 2014 pada April 2015
2.	Taksi Kota Kembang	275	275	275	
3.	Taksi Blue Bird	200	200	200	
4.	Primkopau	108	108	108	
5.	Bandung Metropolitan Taksi	60	60	60	
6.	Centris Group	39	39	39	
7.	Citra Taksi	20	20	20	
8.	OI Taksi	18	18	18	

*Sumber: Perhubungan Darat Dalam Angka 2012-2014*

Pada rentan waktu dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2014 taksi Blue Bird memiliki jumlah armada 200 armada di urutan ke-3 dari semua pesaingnya di Kota Bandung. Dari penyediaan jumlah armada yang kalah bersaing dengan taksi Kota Kembang dan Gemah Ripah, maka peluang tercapainya kepuasan pelanggan, dan mengembangkan serta mempertahankan diri sebagai pemimpin pasarpun akan mengalami hambatan. Dalam menghadapi persaingan tersebut perusahaan perlu memiliki strategi bersaing untuk merebut pangsa pasar. Kunci dari keunggulan bersaing yang terus menerus terletak pada penyampaian tingkat layanan.

Taksi Blue Bird lahir dari kerja keras dan tekad kuat seorang perempuan bernama Mutiara Siti Fatimah Djokosoetono. Taksi inilah yang pertama kali memelopori penggunaan teknologi taximeter (argo) pada taksi-taksi di Indonesia saat ini. Seperti perusahaan penyedia jasa pada umumnya, PT. Blue Bird Tbk. yang menaungi taksi Blue Bird Reguler membuka diri dalam menerima keluhan apapun dari pelanggan. Berdasarkan informasi yang diperoleh, keluhan yang kerap diterima manajemen taksi Blue Bird Reguler antara lain adanya pengemudi yang kurang sopan dalam tingkah laku maupun perkataan, cara mengemudi yang kurang nyaman, beberapa calon penumpang bahkan mengalami penolakan dari pengemudi karena jarak tujuan terlalu dekat. Terdapat pula keluhan yang mengatakan bahwa

rentang antara pemesanan taksi dengan penjemputan oleh sopir membutuhkan waktu tunggu yang lama. Pelanggan juga menyampaikan keluhannya untuk sopir yang tidak mengenakan seragam dan sopir yang tidak menyalakan argometer ketika mengantarkan penumpang. Hal tersebut dapat diartikan terjadi ketidaksesuaian antara harapan dengan tuntutan konsumen, tidak semua keluhan pelanggan terungkap dengan jelas. Keluhan tersebut ada yang berdampak langsung dan ada yang tidak langsung terhadap kinerja perusahaan, sehingga kemampuan mendeteksi keluhan pelanggan harus dimiliki oleh perusahaan. Keluhan-keluhan tersebut perlu ditanggapi pihak perusahaan dengan mengambil langkah-langkah yang diperlukan sehingga penerimaan pada kualitas pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan atau kebutuhan konsumen.

Berdasarkan keluhan-keluhan di atas, Penulis melakukan survei awal dengan menyebarkan kuesioner pada 30 responden pengguna Taksi Blue Bird Reguler secara acak, dengan variabel yang menjadi indikator adalah sebagai berikut (data lampiran 2):

**Tabel 1.2**  
**Nilai PreTest Survei**

No.	Variabel	Nilai Rata-Rata	Kategori	Keterangan
1.	<i>Word Of Mouth</i>	2,367	Buruk	Kategori sesuai tabel interpretasi skor.
	Cerita positif	2,133	Buruk	
	Rekomendasi	2,3	Buruk	
	ajakan	2,667	Cukup Baik	
2.	<b>Kualitas Pelayanan:</b>	<b>3,475</b>	<b>Baik</b>	
	<i>Tangible</i>	3,644	Baik	
	<i>Empathy</i>	3,322	Cukup Baik	
	<i>Reliability</i>	3,366	Cukup Baik	
	<i>Responsiveness</i>	3,411	Baik	
	<i>Assurance</i>	3,633	Baik	
3.	<b>Kepuasan Pelanggan</b>	<b>3,513</b>	<b>Puas</b>	
4.	Kepercayaan (Trust)	2,767	Cukup Baik	
5.	Bauran Promosi	2,522	Buruk	
	<i>Event</i>	1,967	Sangat Buruk	
	<i>Personal selling</i>	2,967	Cukup Baik	
	<i>Advertising</i>	2,633	Cukup Baik	
6.	<b>Loyalitas Pelanggan</b>	<b>3,192</b>	<b>Cukup Baik</b>	

Sumber: Data yang telah diolah, 2016.

Berdasarkan **Tabel 1.2** di atas, dapat disimpulkan bahwa taksi Blue Bird Reguler di Kota Bandung dinilai oleh responden *Word Of Mouth (WOM)* yang dilakukan berada dalam kategori **buruk**, kualitas pelayanan berada dalam kategori **baik**, kepuasan pelanggan berada dalam kategori **puas**, kepercayaan berada dalam kategori **cukup baik**, Bauran promosi berada dalam kategori **buruk**, dan loyalitas pelanggan berada dalam kategori **cukup baik**. Beberapa variabel menunjukkan kesenjangan dari hal positif yang dilakukan oleh perusahaan dengan kenyataan pada lapangan yang ditanggapi dengan penilaian negatif (seperti variabel *Word Of Mouth* dan bauran promosi). Hasil survei awal tersebut dapat memperlihatkan kepada perusahaan akan tingkat pelayanan yang diberikan perusahaan kepada konsumennya. Perusahaan perlu menanggapi dengan baik terhadap aspek-aspek yang dinilai berpengaruh pada perkembangan bisnis perusahaan taksi Blue Bird Reguler di Kota Bandung.

Bagi pihak manajemen taksi Blue Bird Reguler, ketidaknyamanan penumpang tersebut sangat berpotensi mengakibatkan penurunan omset bagi perusahaan. Oleh karenanya perusahaan perlu mengetahui apa saja yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang ditawarkan dan berupaya agar jumlah keluhan yang disampaikan pelanggan semakin berkurang.

Beberapa penelitian terdahulu menyebutkan hasil penelitian menyangkut loyalitas pelanggan yang menjadi variabel penelitiannya, yaitu sebagai berikut (data lampiran 10):

1. Jurnal nasional mengenai analisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, citra merek terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan, hasil menyebutkan bahwa variabel harga, dan citra merek tidak berpengaruh terhadap variabel loyalitas pelanggan. (Ryan Kennedy, 2014)
2. Jurnal nasional mengenai pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, hasil

menyebutkan bahwa variabel kepercayaan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. (Dian Damalita, 2011)

3. Jurnal internasional mengenai variabel kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pada bank Tehran, Iran pada tahun 2009/2010. Hasil menyebutkan nilai pengaruh paling besar terdapat pada variabel kualitas pelayanan dan kepuasan yang secara bersama-sama mempengaruhi loyalitas pelanggan. (Rahim Mosahab, 2010)

Dari data beberapa penelitian terdahulu tersebut, dapat memberikan pandangan dari variabel kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan akan pentingnya variabel tersebut dalam penelitian bisnis dalam bidang jasa. Hal tersebut menjadi sesuai dengan teori yang menyebutkan bahwa kualitas pelayanan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan secara tidak langsung dengan dimediasi oleh kepuasan pelanggan (Caruana 2002:811-828). Hal tersebut menjadi acuan untuk melakukan penelitian lebih lanjut pada taksi Blue Bird Reguler di Kota Bandung mengingat akan pentingnya variabel-variabel tersebut untuk diteliti, terlebih pada objek yang bergerak dalam bidang jasa.

Berdasarkan uraian diatas, maka Penulis tertarik melakukan penelitian berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Konsumen Taksi Blue Bird Reguler di Kota Bandung).”**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan pada latar belakang pemilihan judul yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis mengidentifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada taksi Blue Bird Reguler di Kota Bandung?
2. Apakah ada pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada taksi Blue Bird Reguler di Kota Bandung?

3. Apakah ada pengaruh dari kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan pada taksi Blue Bird Reguler?

### **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

Maksud dari penelitian yang penulis lakukan untuk memperoleh data dan informasi mengenai bagaimana tanggapan konsumen terhadap pelayanan, kepuasan dan loyalitas pada taksi Blue Bird Reguler, yang hasilnya dalam bentuk skripsi sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Pendidikan Sarjana Jurusan Manajemen pada Universitas Widyatama Bandung.

Berdasarkan identifikasi masalah yang peneliti kemukakan sebelumnya, maka penulis menetapkan tujuan dari Penelitian ini diantaranya:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada taksi Blue Bird Reguler di Kota Bandung?
2. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada taksi Blue Bird Reguler di Kota Bandung?
3. Untuk mengetahui pengaruh dari kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan pada taksi Blue Bird Reguler?

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Manfaat dari kegiatan Penelitian ini yaitu untuk mendapatkan korelasi antara kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian konsumen pada perusahaan taksi Blue Bird. Dan hasil Penelitian ini juga dapat bermanfaat bagi seluruh pihak diantaranya:

#### **1. Bagi Penulis**

Dengan melakukan Penelitian ini diharapkan penulis dapat lebih menyadari dan memahami tentang implementasi dari pelayanan didalam sebuah perusahaan serta dapat mengaplikasikan secara langsung teori-teori yang didapat semasa perkuliahan dalam dunia usaha secara nyata.

## 2. Bagi Perusahaan (Blue Bird Group)

Hasil dari pelaksanaan Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai pedoman dan saran pengembangan kegiatan pemasaran dan berguna untuk memperbaiki kinerja perusahaan terutama dalam hal pelayanan dan kepuasan serta penggambaran loyalitas pelanggan sehingga dapat melakukan perubahan-perubahan positif untuk kedepannya.

## 3. Bagi Pembaca

Semoga hasil dari Penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber informasi yang berguna bagi pembaca dan menjadi rekomendasi untuk dapat direalisasikan di dunia kerja serta sebagai referensi untuk membuat karya ilmiah selanjutnya.

### **1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian**

#### a. Lokasi penelitian

Lokasi yang menjadi objek penelitian adalah sekitar daerah kota Bandung yang menjadi area pemasaran jasa transportasi taksi Blue Bird Reguler. Alamat kantor pusat taksi Blue Bird Reguler di kota Bandung yaitu:

Alamat : Jalan Terusan Buah Batu No. 194, Bandung.

Telepon : (022) 7561234, 7561222

Fax : (022) 7538080

#### b. Waktu penelitian

Waktu yang digunakan dalam penelitian ini selama bulan Desember 2015 dimulai pada pengambilan data pertama mengenai sejarah dan gambaran umum PT. Blue Bird Tbk, sampai dengan selesai untuk pengambilan sampel serta hasil analisis dari para konsumen taksi Blue Bird Reguler Kota Bandung.