

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Jasa angkutan umum PT. Primajasa Perdanarayutama adalah perusahaan berbadan hukum yang didirikan sejak 6 September 1991 oleh Bapak H. Amir Mahpud, SE sebagai pemilik sekaligus sebagai pimpinan dari perusahaan tersebut. Sejak tahun 1991 telah melayani masyarakat di bidang transportasi. PT Primajasa Perdanarayutama menyelenggarakan kegiatan pokok perusahaan yaitu dalam bidang Angkutan Umum (*Public Transportation*) yang meliputi Angkutan Kota Antar Propinsi (AKAP), Angkutan Kota Dalam Propinsi (AKDP), Taksi, Pariwisata dan Angkutan Karyawan.

PT. Primajasa Perdanarayutama berafiliasi dengan perusahaan besar yaitu Group Mayasari Bhakti Utama sebagai salah satu pelopor perusahaan Angkutan Umum Bus Kota di Jakarta sejak tahun 1967 dan yang terbesar sampai dengan sekarang, dipimpin oleh H. Mahpud sebagai Presiden Direktur.

1.1.2 Data Perizinan Usaha

PT. Primajasa Perdanarayutama sampai dengan saat ini telah mempunyai Ijin Trayek AKAP sebanyak 290 Unit dengan melayani 10 route, Ijin Trayek AKDP sebanyak 245 Unit dengan melayani 10 route, Ijin Angkutan Pariwisata sebanyak 125 Unit Ijin Angkutan Karyawan 25 Unit dan Ijin Taksi sebanyak 650 Unit.

1.1.3 Domisili Perusahaan

Berikut adalah alamat kantor PT. Primajasa Perdanarayutama :

Kantor Pusat : Jl. May. Jend. Sutoyo No.32 Jakarta Timur 13630
Telp.(021) 8009545, Fax.8094486.

Cabang Bandung : Jl. Soekarno-Hatta No.62/157 Bandung 40265
Telp. (022) 6073992.

Cabang Bekasi : Jl. Wibawa Mukti II, Komsen Jati Asih Bekasi
Telp. (021) 8215593, 82422616.

1.1.4 Visi dan Misi PT Primajasa Perdanarayautama

Adapun visi dan misi PT. Primajasa Perdanarayautama yang tercantum dalam dokumen *Company Profile* adalah:

- 1) Prima dalam kerja
- 2) Terdepan dalam pelayanan

1.1.5 Rute – Rute Bus Primajasa

Primajasa memiliki ratusan armada bus dengan ciri khas warna putih dengan strip merah ditengahnya dan memiliki banyak jurusan dari dan menuju jabodetabek ke kota – kota lain. Adapun rute – rute yang ditempuh bus primajasa adalah sebagai berikut :

- 1) Bandara Sukarno-Hatta – Bandung
- 2) Bekasi – Bandung
- 3) Bekasi – Purwakarta – Bandung
- 4) Bekasi – Purwakarta – Garut
- 5) Bekasi – Purwakarta – Tasikmalaya
- 6) Bekasi – Tasikmalaya
- 7) Cikarang – bandung
- 8) Cikarang – Purwakarta – Bandung
- 9) Cililitan – Bandung
- 10) Cililitan – Garut
- 11) Cililitan – Tasikmalaya
- 12) Kalideres – Bandung
- 13) Kampung Rambutan – Balaraja
- 14) Kampung Rambutan – Merak
- 15) Kampung Rambutan – Tasikmalaya

- 16) Kota Harapan Indah – Bandung
- 17) Kota Jababeka – Bandung
- 18) Lebak Bulus – Bandung
- 19) Lebak Bulus – Garut
- 20) Lebak Bulus – Tasikmalaya
- 21) Pulo Gadung – Merak
- 22) Tanjung Priok – Bandung
- 23) Tanjung Priok – Bogor – Leuwiliang
- 24) Tanjung Priok – Merak
- 25) Tanjung Priok – Rangkas Bitung

1.2 Latar Belakang Penelitian

Dimasa sekarang ini transportasi sangat dibutuhkan pada kehidupan seseorang baik dalam aspek sosial, ekonomi, lingkungan, politik serta budaya, dan betapa besar peranan transportasi dalam kehidupan manusia. Kebutuhan ini dimanfaatkan oleh pengusaha dibidang jasa transportasi khususnya transportasi umum. Banyak model transportasi yang beredar di masyarakat membuat masyarakat menjadi selektif dalam memilih transportasi umum sesuai dengan kebutuhannya.

Persaingan dunia transportasi di Indonesia sekarang ini sangatlah ketat terutama transportasi darat, seperti jasa taxi, travel, kereta api dan bus. Semenjak adanya jalan Tol Cipularang, jarak Bandung-Bekasi dapat ditempuh dalam waktu yang singkat sehingga hal tersebut mempengaruhi mobilitas masyarakat Bandung Bekasi. Peluang tersebut merupakan peluang bisnis didunia transportasi, sehingga saat ini perusahaan-perusahaan jasa transportasi seperti di kota Bandung sudah sangat menjamur.

Persaingan dalam bisnis transportasi tersebut memang cukup ketat, hal ini dikarenakan setiap pelaku bisnis ini selalu meningkatkan kualitas jasanya dalam menjalankan bisnis tersebut. Persaingan yang muncul mulai dari perusahaan otobus antar kota, kereta api sampai dengan travel. Dasar inilah yang menuntut PT Primajasa terus melakukan pembenahan untuk menghadapi persaingan yang bisa

mengancam setiap saat. Adapun pesaing yang ada seperti travel, kereta api dan perusahaan bus lainnya dengan trayek yang sama.

Bus *Executive* merupakan bus PT. Primajasa yang memberikan fasilitas istimewa kepada pelanggan dengan sasaran konsumen kelas menengah keatas. Salah satu trayek dengan kelas *Executive* yang disediakan PT. Primajasa untuk melayani masyarakat Bandung – Bekasi yaitu bus dengan rute Bandung – Bekasi.

Konsumen Bandung – Bekasi selain dapat menggunakan bus Primajasa kelas *Executive*, konsumen bisa menggunakan bus kelas ekonomi, namun untuk kelas ekonomi banyak pilihannya yaitu konsumen bisa menggunakan bus ekonomi dari PT. Primajasa sendiri, atau bus lainnya seperti bus dengan nama Pribumi Raya, Sejahtera, Mios, dan Aman Sejahtera. Berikut adalah daftar pemberangkatan bus trayek Bekasi – Bandung yang ada di terminal Leuwi Panjang Bandung.

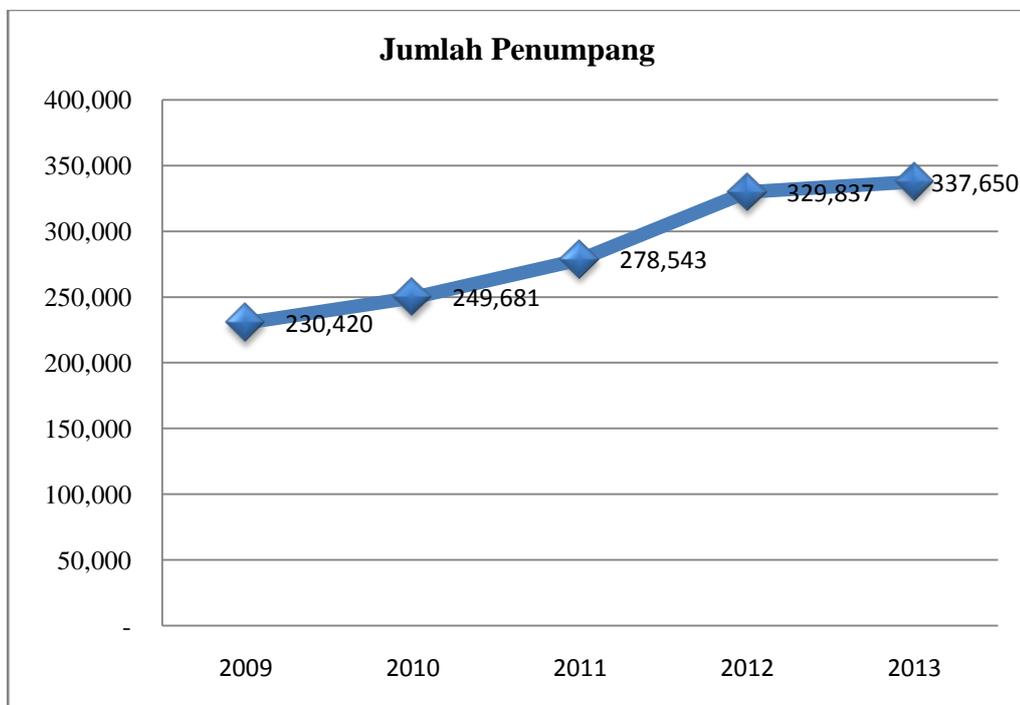
Tabel 1.1
Daftar pemberangkatan bus trayek Bekasi-Bandung
terminal Leuwi Panjang Bandung

No	Nama Bus	Pemberangkatan Bus/hari	Waktu berangkat/bus
1	Primajasa <i>Executive</i>	21-24	30 menit
2	Primajasa Ekonomi	25-28	20 menit
3	Sejahtera	2-4	-
4	Pribumi Raya	1-3	-
5	Mios	2-4	-
6	Sejahtera	1-2	-

Sumber: Dishub Terminal Leuwi Panjang

Dari tabel 1.1 diatas, terlihat fenomena bahwa rata-rata trayek Bekasi-Bandung paling banyak beroperasi setiap harinya adalah bus Primajasa Ekonomi dan bus *Executive* yang setiap harinya melakukan operasi 25-28 kali/perhari. Bus Primajasa konsisten bahwa setiap 20-30 menit bus akan berangkat, Tarif yang

ditetapkan untuk bus Primajasa *Executive* lebih mahal dibandingkan dengan bus yang lain yaitu sebesar Rp. 42.000. Harga tersebut sebanding dengan fasilitas yang diberikan yang dapat memberikan kenyamanan kepada penumpang. Ini dibuktikan dari meningkatnya jumlah penumpang yang setiap tahunnya terus meningkat. Grafik dibawah ini menunjukkan peningkatan jumlah penumpang bus Primajasa trayek Bekasi–Bandung dalam kurun waktu lima tahun terhitung pada tahun 2009 sampai dengan 2013 dengan total armada yang beroperasi sebanyak 18 unit.



Gambar 1.1
Jumlah Penumpang Bus Primajasa AC Executive
Trayek Bekasi – Bandung

Gambar 1.1 menunjukkan bahwa jumlah pengguna bus Primajasa mengalami peningkatan dari tahun 2009 hingga tahun 2013. Peningkatan jumlah penumpang bus Primajasa trayek Bekasi – Bandung dapat disebabkan dengan penerapan *servicescape* yang baik, sesuai dengan pendapat Bitner (1992) yang mengatakan bahwa *servicescape* berpengaruh langsung

terhadap kepuasan dan loyalitas. Dalam jasa transportasi, khususnya transportasi bus, penggunaan desain fisik yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen dapat mendukung strategi segmentasi dan memperkuat tujuan spesifik pemasaran seperti kepuasan dan perhatian pelanggan. Dimana, untuk memaksimalkan kepuasan pelanggan dibutuhkan desain fisik dalam bentuk *servicescape* sebagai strategi pemasaran dari penyedia jasa tersebut.

Pendapat yang sama dinyatakan oleh Hightower (2003) bahwa lingkungan fisik yang didesain untuk kebutuhan karyawan dan pelanggan akan lebih memuaskan bagi para pelanggannya dari pada perusahaan yang tidak mempertimbangkan kebutuhan karyawan dan pelanggannya. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan akan berusaha memaksimalkan kepuasannya dengan cara memilih jasa transportasi yang menyediakan *servicescape* sesuai dengan kebutuhan mereka.

Menurut Wakefield and Blodgett (1996) bahwa *Servicescape* dapat mempengaruhi niat perilaku pelanggan seperti perilaku mendekat atau menghindari, membelanjakan uang, dan niat melakukan pembelian ulang, ini merupakan wujud dari loyalitas pelanggan. Jadi, *servicescape* juga mempengaruhi loyalitas pelanggan. Perilaku mendekat atau menghindari dari pelanggan dapat diartikan bahwa mereka akan memilih *servicescape* bus yang membuat mereka nyaman dalam melakukan transaksinya, atau sebaliknya mereka akan memilih bus atau jasa transportasi lain yang memiliki ciri khas tertentu yang tidak mereka peroleh dari bus atau jasa transportasi sebelumnya.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dari sisi penulis tertarik untuk memilih dan mengambil judul **“PENGARUH *SERVICESCPE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* (Studi pada Pelanggan Bus Primajasa *Executive* Trayek Bekasi – Bandung)“**

1.3 Perumusan Masalah

Dengan dasar pemikiran diatas, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

- 1) Bagaimana *servicescape* pada bus Primajasa *executive* trayek Bekasi – Bandung?
- 2) Bagaimana kepuasan pelanggan bus Primajasa *executive* trayek Bekasi – Bandung?
- 3) Bagaimana loyalitas pelanggan pada bus Primajasa *executive* trayek Bekasi – Bandung ?
- 4) Seberapa besar pengaruh *servicescape* terhadap kepuasan pelanggan bus Primajasa *executive* trayek Bekasi –Bandung ?
- 5) Seberapa besar pengaruh *servicescape* secara langsung terhadap loyalitas pelanggan bus Primajasa *executive* trayek Bekasi –Bandung ?
- 6) Seberapa besar pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan bus Primajasa *executive* trayek Bekasi –Bandung?
- 7) Seberapa besar pengaruh *servicescape* dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan bus Primajasa *executive* trayek Bekasi –Bandung?
- 8) Bagaimana pengaruh variabel *intervening* kepuasan pada hubungan *servicescape* terhadap loyalitas pelanggan bus Primajasa *executive* trayek Bekasi –Bandung?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan permasalahan yang ada, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- 1) Untuk mengetahui *servicescape* pada bus Primajasa *executive* trayek Bekasi – Bandung.
- 2) Untuk mengetahui kepuasan pelanggan bus Primajasa *executive* trayek Bekasi – Bandung.
- 3) Untuk mengetahui loyalitas pelanggan pada bus Primajasa *executive* trayek Bekasi – Bandung.

- 4) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *servicescape* terhadap kepuasan pelanggan bus Primajasa *executive* trayek Bekasi –Bandung.
- 5) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *servicescape* secara langsung terhadap loyalitas pelanggan bus Primajasa *executive* trayek Bekasi – Bandung.
- 6) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan bus Primajasa *executive* trayek Bekasi –Bandung.
- 7) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *servicescape* dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan bus Primajasa *executive* trayek Bekasi – Bandung.
- 8) Untuk mengetahui pengaruh variabel *intervening* kepuasan pada hubungan *servicescape* terhadap loyalitas pelanggan bus Primajasa *executive* trayek Bekasi –Bandung?

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini dapat memberikan sumbangan referensi dan memperkaya keilmuan dibidang Pemasaran (*marketing*) khususnya yang terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. Dalam hal ini, aspek yang ditinjau adalah lingkungan fisik atau *servicescape*. Di samping itu, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan rujukan bagi penelitian berikutnya.

1.5.2 Kegunaan Praktis

- 1) Memberikan masukan bagi mahasiswa sebagai bahan pengetahuan untuk lebih mendalami ilmu yang berkaitan dengan Pemasaran (*marketing*) serta sebagai tolak ukur untuk dapat melakukan penelitian selanjutnya.
- 2) Memberikan manfaat bagi instansi atau organisasi yang terkait di dalamnya agar dapat dijadikan pertimbangan melalui pengaruh lingkungan fisik (*servicescape*) terhadap loyalitas pelanggan.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibuat untuk memberi gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan dan untuk kejelasan penulisan hasil penelitian.

BAB I

PENDAHULUAN

Pada BAB I berisi mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan dari penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Berisi mengenai landasan teori atau teori-teori yang mendukung penelitian ini, penelitian terdahulu (*literature review*), kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, ruang lingkup penelitian dan waktu penelitian.

BAB III

METODE PENELITIAN

Pada BAB III berisi mengenai jenis penelitian, operasionalisasi variabel, tahapan penelitian, desain kuesioner dan skala pengukuran, jenis dan teknik pengumpulan data, teknik sampling, teknik analisis data dan pengujian hipotesis.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada BAB IV menceritakan hasil dan pembahasan mengenai karakteristik responden dilihat dari berbagai aspek, membahas dan menjawab rumusan masalah serta hasil perhitungan analisis data yang telah dilakukan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada BAB V ini berisi mengenai kesimpulan hasil analisis, saran bagi perusahaan dan saran bagi penelitian selanjutnya.