

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri perusahaan jasa membawa dampak yang sangat besar bagi perkembangan dunia bisnis di seluruh dunia. Pasar terbuka luas dan peluang menjadi semakin lebar, namun sebaliknya persaingan menjadi semakin ketat dan sulit diprediksikan. Kondisi ini menuntut setiap perusahaan untuk menciptakan keunggulan kompetitif bisnisnya agar mampu bersaing secara berkesinambungan dengan perusahaan-perusahaan lain yang berkecimpung dalam bidang yang sama. Perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus dapat memberikan produk berupa barang atau jasa yang berkualitas dan pelayanan yang baik kepada para pelanggan, sehingga akan muncul kepuasan dalam benak pelanggan dan diharapkan akan membawa dampak positif bagi perusahaan. perusahaan jasa adalah salah satu unit yang kegiatannya memproduksi produk yang tidak berwujud (jasa) dan setiap perusahaan dituntut untuk membuat pelanggan merasa puas dengan memberikan penawaran dan pelayanan yang lebih baik, mengingat perusahaan harus mampu mempertahankan posisi pasarnya ditengah persaingan semakin ketat. Demi memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan terhadap pelanggan, salah satu contohnya adalah perusahaan transportasi.

Transportasi menjadi salah satu pengaruh yang sangat besar menuntut sebagian masyarakat melakukan mobilitas yang sangat tinggi, sehingga masyarakat akan semakin baik dalam menentukan pilihannya. Umumnya, orang memakai kendaraan pribadi atau alternatif lainnya sebagai alat transportasinya untuk mengantar mereka ketempat tujuan. Demikian juga

perusahaan yang membutuhkan armada transportasi untuk mendistribusikan barangnya dari gudang untuk sampai kekonsumen di pasar.

Alat transportasi penyewaan jasa rental yang ada di Bandar Lampung terdiri dari alat transportasi yang dapat membawa penumpang dan barang dengan nyaman selayaknya mobil pribadi seperti pelayanan jasa PT. Adi Sarana Armada Tbk. Pada awalnya jumlah jasa rental di Bandar Lampung sangat minim, namun pada perkembangan selanjutnya jasa rental mobil pribadi sudah menjadi alat transportasi bagi semua lapisan masyarakat lapisan bawah, menengah dan atas sehingga dapat membantu mencukupi kebutuhan masyarakat dengan adanya jasa rental yang nyaman dan aman.

PT. Adi Sarana Armada Tbk merupakan salah satu perusahaan jasa yang bergerak di bidang penyewaan transportasi jangka panjang. PT. Adi Sarana Armada Tbk dirintis pada tahun 2003 dengan armada awal sejumlah 819 kendaraan, seiring berkembangnya usaha PT. Adi Sarana Armada Tbk dengan pesat kini perusahaan tersebut mengelola lebih dari 18.000 kendaraan dan 3.200 pengemudi dan melayani lebih dari 200 perusahaan di Indonesia. PT. Adi Sarana Armada Tbk juga memperluas layanan hampir semua kota besar utama dan memberikan jaminan kelancaran operasional melalui berbagai jaringan dengan komitmen utama untuk senantiasa menyediakan kualitas pelayanan terbaik untuk semua pelanggan.

PT. Adi Sarana Armada Tbk adalah salah satu perusahaan layanan transportasi di Indonesia yang menyediakan layanan transportasi yang mencakup penyewaan kendaraan untuk korporasi dan logistik. PT. Adi Sarana Armada Tbk merupakan bagian dari salah satu perusahaan dari Triputra group dan mempunyai merek yang dikenal oleh masyarakat agar masyarakat terutama perusahaan-perusahaan yang sering menyewa kendaraan untuk keperluan pendistribusian gampang mengingat PT. Adi Sarana Armada Tbk dengan sebutan *Assa Rent*. Dan mengembangkan

jaringannya dengan membuka kantor cabang di kota Lampung pada akhir tahun 2013 yaitu di Jl.Pangeran Muhammad Noer No.57 Pengajaran, Teluk Betung Utara Kota Bandar Lampung, PT. Adi Sarana Armada Tbk menyediakan sewa mobil jangka panjang yang mencakup paket bulanan dan tahunan untuk membantu perusahaan dalam mengatur kebutuhan transportasinya.

PT. Adi Sarana Armada Tbk menawarkan pelayanan jasa yang diberikan kepada pelanggan dengan menyewakan jasa rental mobil dalam jangka waktu panjang/pertahun dengan harga sewa setiap kendaraan di hitung perbulan. PT Adi Sarana Armada Tbk membantu masyarakat khususnya perusahaan-perusahaan yang membutuhkan alat transportasi untuk melakukan kegiatan dalam pendistribusian barang maupun penumpang, dengan memberikan pelayanan jasa yang memadai dan bisa dipercaya oleh semua pihak, mengutamakan loyalitas pelanggan sehingga bisa memberikan kepuasan tersendiri bagi pelanggan karena dengan terpuaskannya pelanggan akan membantu meningkatkan jumlah pelanggan serta meningkatkan pangsa pasar dan membantu meningkatkan laba perusahaan. Perusahaan meyakinkan bahwa dengan kualitas layanan yang profesional dan inovatif serta pengalaman dalam melayani kebutuhan perusahaan besar serta didukung oleh penawaran yang sangat kompetitif, jenis kendaraan yang beragam, jaringan operasional yang luas akan dapat memikat tingkat kepuasan bagi pelanggan yang akan memberikan peluang untuk terus tumbuh dan berkembang lebih luas lagi di masa yang akan datang.

Kepuasan adalah tanggapan terhadap pemenuhan keinginan pelanggan. Ini adalah suatu penilaian bahwa fitur produk atau jasa, atau produk atau layanan itu sendiri, memberikan tingkat konsumsi yang menyenangkan terkait pemenuhan tersebut (Zeithaml, 2009:104).Dalam upaya mewujudkan kepuasan pelanggan PT.Adi Sarana Armada Tbk Lampung telah menerapkan berbagai strategi, yaitu dengan memberikan kualitas pelayanan

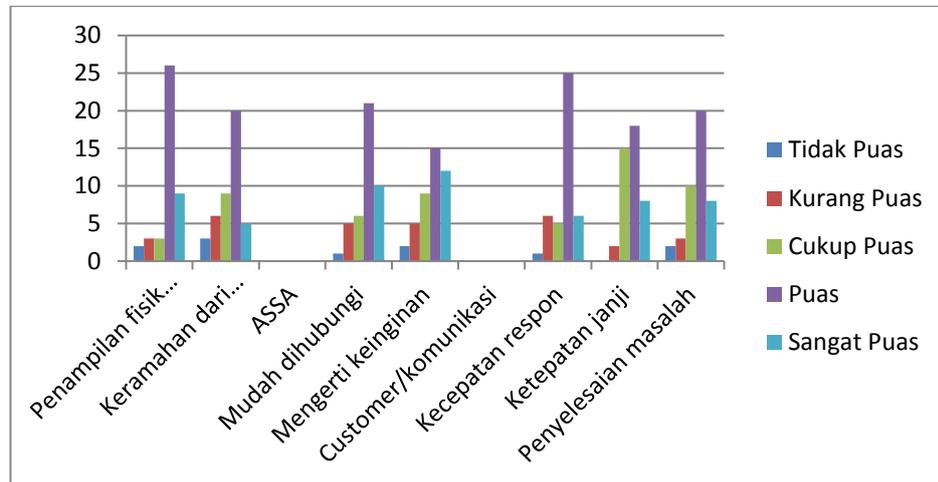
yang baik dalam melayani pelanggan. Selain itu menjaga kualitas dari jasanya dengan cara memberikan perawatan armada supaya pelanggan puas dan nyaman saat menggunakan armada. Pelanggan akan dihadapkan pada pilihan yang sulit dalam mengambil keputusan untuk memilih penyewaan jasa armada, karena setiap perusahaan akan memberikan pelayanan terbaik dan memberikan harga yang relatif murah kepada pelanggan sehingga dapat memberikan citra merek yang baik dibenak pelanggan. Berikut adalah tabel survei kepuasan pelanggan:

Tabel 1.1
Survei Kepuasan pelanggan Terhadap Pelayanan PT. Adi Sarana
Armada Tbk Lampung Pada Tahun 2015-2016

N O	Pelayanan	Tidak Puas	Kurang Puas	Cukup Puas	Puas	Sangat Puas
1	Penampilan fisik cabang dan personal ASSA	2	3	3	26	9
2	Keramahan dari personal ASSA	3	6	9	20	5
3	Mudah dihubungi	1	5	6	21	10
4	Mengerti keinginan Customer/komunikasi	2	5	9	15	12
5	Kecepatan respon	1	6	5	25	6
6	Ketepatan janji	0	2	15	18	8
7	Penyelesaian masalah	2	3	10	20	8

Sumber: PT. Adi Sarana Armada Tbk Lampung

**Grafik Survei Kepuasan Pelanggan PT. Adi Sarana Armada Tbk
Lampung
Pada Tahun 2015-2016**



Berdasarkan data kepuasan pelanggan diatas masih ada pelanggan yang merasa tidak puas terhadap pelayanan yang di berikan oleh PT. Adi Sarana Armada Tbk Lampung yang paling banyak di respon oleh pelanggan yaitu “penampilan fisik dan cabang personal assa” yang menyatakan sangat puas sebanyak 9 pelanggan, yang menyatakan puas sebanyak 26 pelanggan, yang menyatakan cukup puas sebanyak 3 pelanggan yang menyatakan kurang puas sebanyak 3 pelanggan dan 2 pelanggan yang menyatakan tidak puas.

Tabel 1.2
Jenis-jenis Keluhan Dari Pelanggan PT. Adi Sarana Armada Tbk Lampung
Pada Tahun 2015 – 2016

No	Jenis-Jenis Keluhan	Jumlah Pelanggan
1	Pelayanan yang kurang tanggap dalam melayani pelanggan.	11
2	Ketersediaan kendaraan yang kurang memadai	7
3	Penyelesaian masalah terhadap kendaraan	10
4	Harga yang relatif mahal	6
5	Jasa service dan driver yang kurang baik	9

Sumber: PT Adi Sarana Armada Tbk

Berdasarkan data keluhan pelanggan di atas masih banyak pelanggan yang kurang puas terhadap kualitas pelayanan yang di berikan seperti pelayanan yang kurang tanggap dalam melayani pelanggan, masih banyak pelanggan yang mengeluh karena ketersediaan kendaraan yang kurang memadai, penyelesaian masalah terhadap keamanan, jasa servise dan driver yang di berikan oleh perusahaan kurang baik, dan keluhan terhadap harga yang diberikan oleh perusahaan. Hal tersebut menimbulkan Citra merek perusahaan negatif tentang PT. Assa Rent. Beberapa citra negatif yang muncul dapat mempengaruhi minat pelanggan sehingga terjadinya penurunan jumlah pelanggan. Berikut adalah data jumlah pelanggan yang melakukan penyewaan kendaraan di PT. Adi Sarana Armada Tbk Lampung:

Tabel 1.2 Data Jumlah Penyewaan dan Pelanggan PT. Adi Sarana Armada Tbk Lampung Periode 2014-2016 (Masa Penyewaan Jangka Waktu Panjang)

Tahun	Total Penyewaan (Unit mobil)	Jumlah Pelanggan	Persentase Perubahan
2014	92 unit	31 pelanggan	21,98 %
2015	290 unit	70 pelanggan	49,64 %
2016	200 unit	40 pelanggan	28,36 %
Total	582 unit	141 pelanggan	

Sumber: Data Primer PT. Assa Rent Lampung, 2016.

Berdasarkan Tabel 1.2 menunjukkan jumlah pelanggan PT. Adi Sarana Armada Tbk Lampung. Tahun 2014 jumlah pelanggan sebesar 21,98% dengan jumlah penyewa sebesar 31 perusahaan. Tahun 2015 terjadi pemesanan cukup tinggi atau meningkat sebesar 49,64% dengan penyewa sebesar 70 perusahaan. Tahun 2016 terjadi penurunan jumlah pelanggan sebesar 28,26% dengan penyewa 40 perusahaan.

Kepuasan pelanggan secara individu sangat sulit dicapai karena keanekaragaman keinginan pelanggan itu sendiri, oleh karena itulah pelayanan pelanggan hendaknya diarahkan kepada pelayanan yang berkesinambungan, baik dari segi pelayanan maupun dari segi harga yang dapat menimbulkan citra merek yang baik bagi pelanggan. Ketatnya persaingan pada perusahaan jasa rental mobil terlihat dengan gencarnya penawaran yang dilakukan oleh perusahaan – perusahaan lain, baik dari segi kualitas pelayanan maupun dari segi harga.

Menurut Tjiptono (2008:32) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. PT. Adi sarana Armada Tbk Lampung telah menerapkan strategi kualitas pelayanan dengan memberikan konfirmasi terhadap ketersediaan armada yang akan dipakai oleh pelanggan, kecepatan respon, mengerti keinginan pelanggan dalam komunikasi serta pemberian perawatan terhadap armada kendaraan yang akan di sewa.

Selain kualitas pelayanan faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah harga. Harga merupakan salah satu elemen dalam bauran pemasaran yang berfungsi untuk sinyal agar dapat mengkomunikasikan nilai dari produk atau jasa serta tindakannya sebagai menentukan profitabilitas. (Kotler dan Keller 2009). PT. Adi Sarana Armada Tbk memberikan penawaran harga yang relative mahal dibandingkan dengan pesaingnya karena tidak ada potongan harga untuk pelanggan meskipun pelanggan telah melakukan penyewaan kendaraan berulang kali.

Citra merek mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan cara menciptakan produk jasa yang unggul dan dapat bersaing, serta menciptakan produk yang unggul dan dapat bersaing, serta menciptakan produk dengan harga terjangkau, sehingga memungkinkan perusahaan untuk dapat bertahan dalam berbagai kondisi ekonomi. Citra Merek Menurut Kotler dan Keller (2008:32) mendefinisikan "Citra merek sebagai seperangkat keyakinan, ide dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu merek, karena itu sikap dan tindakan pelanggan terhadap suatu merek sangat ditentukan oleh citra merek tersebut. Citra merek merupakan syarat dari merek yang kuat." Sehingga harga menentukan nilai akan suatu produk atau jasa untuk dikonsumsi oleh pelanggan. Produk yang memiliki citra merek yang baik cenderung akan lebih mudah diterima oleh pelanggan dan meningkatkan kepuasan pelanggan yang diharapkan setiap perusahaan. Kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan membangun citra positif. Tetapi dengan adanya keluhan-keluhan yang dirasakan pelanggan PT. Assa Rent terhadap produk jasa yang diberikan seperti kualitas pelayanan dan harga bisa membuat citra merek yang buruk tentang PT. Assa Rent Tbk di benak pelanggan.

Dari latar belakang masalah dan penjelasan yang telah diuraikan sebelumnya maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **"Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Adi Sarana Armada Tbk Lampung"**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas masalah dapat diidentifikasi sebagai berikut: terjadinya penurunan kepuasan pelanggan, hal ini ditandai dengan adanya keluhan atau komplain dari pelanggan yang membuat pelanggan tidak puas memakai produk jasa di PT. Adi Sarana Armada Tbk.

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka permasalahan dalam proses penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT.Adi Sarana Armada Tbk Lampung?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan PT.Adi Sarana Armada Tbk Lampung ?
3. Bagaimana pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan PT. Adi Sarana Armada Tbk Lampung ?
4. Bagaimana kualitas pelayanan, harga dan citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT.Adi Sarana Armada Tbk Lampung?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

1.3.1 Ruang Lingkup Subjek

Ruang lingkup penelitian ini adalah perusahaan yang menyewa kendaraan di PT.Adi Sarana Armada Tbk Lampung.

1.3.2 Ruang Lingkup Objek

Ruang lingkup objek penelitian ini adalah kualitas pelayanan, harga dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa PT.Adi Sarana Armada Tbk Lampung.

1.3.3 Ruang Lingkup Tempat

Ruang lingkup tempat pada penelitian ini adalah di Jl.Pangeran Muhammad Noer No.57 Pengajaran Teluk Betung Utara Bandar Lampung.

1.3.4 Ruang Lingkup Waktu

Waktu yang ditentukan pada penelitian ini dilakukan selama 6 bulan adalah waktu yang berdasarkan kebutuhan penelitian yang dilaksanakan pada bulan Maret sampai dengan Agustus 2017.

1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Penelitian

Ruang lingkup ilmu penelitian ini adalah kualitas pelayanan, harga, citra merek dan kepuasan pelanggan.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah penelitian diatas maka tujuan penelitian ini, antara lain:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT.Adi Sarana Armada Tbk Lampung.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan PT.Adi Sarana Armada Tbk Lampung .
3. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan PT. Adi Sarana Armada Tbk Lampung .
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan,harga dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan PT.Adi Sarana Armada Tbk Lampung.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Bagi Penulis

- a. Menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti, khususnya dalam bidang ekonomi yang berhubungan dengan Kualitas Pelayanan, Harga,Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan.
- b. Untuk menambah pemahaman serta lebih mendukung teori-teori yang telah ada berkaitan dengan masalah yang telah diteliti serta untuk mengimplementasikan dan memperkaya ilmu pengetahuan yang lebih didapat dibangku perkuliahan.

1.5.2 Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan PT.Adi Sarana Armada Tbk Lampung, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pemikiran dan informasi akan hal-hal yang membuat pelanggan selalu menggunakan jasa transportasi yang selanjutnya akan mendorong peningkatan penyewaan jasa.

1.5.3 Bagi Institusi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan memperdalam ilmu pengetahuan serta dapat digunakan sebagai pembandingan bagi pembaca yang ingin melaksanakan penelitian di bidang pemasaran.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang terbatas dalam tiap-tiap Bab. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I : Pendahuluan

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang perumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan PT.Adi Sarana Armada Tbk Lampung”

BAB II : Landasan Teori

Bab ini berisikan tentang teori-teori yang berhubungan dengan manajemen pemasaran, kualitas pelayanan ,harga,citra merek dan kepuasan pelanggan,kerangka pikir dan hipotesis

BAB III : Metode Penelitian

Bab ini berisikan tentang jenis dari penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, populasi, sampel, variabel penelitian, definisi operasional variabel, metode analisis data, serta pengujian hipotesis mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan”.

Bab IV : Hasil dan Pembahasan

Dalam Bab ini berisikan tentang penyajian data, analisis data, penyajian hipotesis, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V : Simpulan dan Saran

Bab ini berisikan tentang simpulan dan saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak yang bersangkutan dan bagi pembaca pada umumnya.

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**