

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Kepuasan konsumen memegang peran yang penting dan kritis bagi kelangsungan dan perkembangan kehidupan suatu perusahaan. Dengan mendengarkan konsumen kemudian merespon keinginan atau permintaan maka akan memberikan hasil yang lebih memuaskan dan membuat konsumen menjadi loyal. Konsumen yang puas cenderung akan membalas dengan cara yang terbaik dan melakukan interaksi yang lebih sering dengan karyawan.

Keuntungan akan tetapi jika konsumen merasa tidak puas dengan produk yang diberikan maka perusahaan gagal dalam memperoleh keuntungan. Pencapaian keuntungan akan dicapai bersamaan dengan kepuasan (Halim, Suryani, 2013). Kepuasan konsumen memegang peran yang penting dan kritis bagi kelangsungan dan perkembangan kehidupan suatu perusahaan. Dengan mendengarkan konsumen kemudian merespon keinginan atau permintaan maka akan memberikan hasil yang lebih memuaskan dan membuat konsumen menjadi loyal (Apriyadi, 2017).

Setiap perusahaan dituntut untuk membuat pelanggan merasa puas dengan memberikan penawaran dan pelayanan yang lebih baik, mengingat perusahaan harus mampu untuk mempertahankan posisi pasarnya di tengah persaingan yang semakin ketat untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan pada pelanggan.

Kelangsungan hidup sebuah perusahaan sangat tergantung pada kepuasan para pelanggan yang di satu sisi dan kemampuan menghasilkan laba di sisi lainnya. Tidak mungkin perusahaan mampu memuaskan kebutuhan pelanggannya, namun tidak mampu menghasilkan laba, akan tetapi eksis dan making berkembang. Kedua hal tersebut harus dicapai secara stimulan dan disadari oleh manajemen setiap perusahaan (Prakoso, 2017).

Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik baik pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan yang sangat bermanfaat bagi perusahaan (Metayunika, 2013).

Faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen pengguna jasa Tour and Travel di Putra Kembar Tour dan Travel Mojokerto adalah *reliability*. Zoeldhan (2012) mengatakan bahwa *reliability* atau kehandalan merupakan bentuk ciri khas atau karakteristik dari pegawai yang memiliki prestasi kerja tinggi. Kehandalan dalam pemberian pelayanan dapat terlihat dari kehandalan memberikan pelayanan sesuai dengan tingkat pengetahuan yang dimiliki, kehandalan dalam terampil menguasai bidang kerja yang diterapkan sesuai dengan skil yang mereka punya, kehandalan dalam penguasaan bidang kerja sesuai pengalaman kerja yang ditunjukkan dan kehandalan menggunakan teknologi kerja yang ada.

Reliability atau kehandalan merupakan bentuk kualitas layanan dari kehandalan dalam suatu organisasi dapat ditunjukkan dengan kehandalan pemberi pelayanan sesuai dengan bentuk-bentuk karakteristik yang dimiliki oleh pegawai tersebut, sesuai dengan keberadaan organisasi tersebut sehingga mempengaruhi bentuk keualitas pelayanan dari perusahaan (Zoeldhan, 2012).

Faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen pengguna jasa Tour and Travel di Putra Kembar Tour dan Travel Mojokerto adalah *assurance*. *Assurance* atau jaminan adalah sebuah perusahaan yang usaha utamanya menerima/menjual jasa , pemindahan risiko dari pihak lain, dan memperoleh keuntungan dengan berbagi risiko (*sharing of risk*) di antara sejumlah besar nasabahnya. Banyak istilah *assurance* atau jaminan dengan berbagai prosedur yang dijadikan perusahaan sebagai acuan untuk memberikan pelayanan sebaik-baiknya kepada konsumen seperti performa atau kinerja pelayanan karyawan dengan baik dan handal sehingga terbentuk rasa puas dari konsumen.

Perusahaan sekarang ini benar-benar memperhatikan *assurance* yang tak ingin hanya sebagai istilah saja tetapi juga merupakan salah satu bentuk dimensi dari kualitas pelayanan yang sasaran akhirnya berupa kepuasan konsumen atas produk dari perusahaan tersebut (Metayunika, 2013).

Bentuk jaminan yang lain yaitu jaminan terhadap pegawai yang memiliki perilaku kepribadian (*personality behavior*) yang baik dalam memberikan pelayanan, tentu akan berbeda pegawai yang memiliki watak atau karakter yang kurang baik dan yang kurang baik dalam memberikan pelayanan. *Assurance* atau jaminan diatas meliputi kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramahtamahan, perhatian, dan kesopanan member pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuasan dalam memberikan keamanan dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan, dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.

Pentingnya memperhatikan *assurance* atau jaminan dalam suatu perusahaan fungsinya untuk menumbuhkan rasa percaya akan berbagai hal atas

produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut sehingga tercipta kualitas pelayanan yang diharapkan (Metayunika, 2013).

Putra Kembar Tour dan Travel Mojokerto beralamat di Jalan Karang Jeruk No. 12 Kepuksari, karangjeruk Jatirejo Mojokerto. Perusahaan ini merupakan perusahaan jasa travel yang telah berdiri sejak 2004. saat itu belum terlalu banyak pengusaha bisnis travel agent, baik konvensional maupun online. Perusahaan ini bisa dikatakan sebagai perusahaan yang merintis bisnis travel dan tour di daerah Mojokerto. Dari uraian diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang pengaruh *reliability* dan *assurance* terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa Tour and Travel (Studi kasus Putra Kembar Tour dan Travel Mojokerto).

B. Rumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh secara parsial variabel *reliability* terhadap variabel kepuasan konsumen pengguna jasa Tour and Travel di Putra Kembar Tour dan Travel Mojokerto ?
2. Apakah ada pengaruh secara parsial variabel *assurance* terhadap variabel kepuasan konsumen pengguna jasa Tour and Travel di Putra Kembar Tour dan Travel Mojokerto ?
3. Apakah ada pengaruh secara simultan variabel *reliability* dan variabel *assurance* terhadap variabel kepuasan konsumen pengguna jasa Tour and Travel di Putra Kembar Tour dan Travel Mojokerto ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisa pengaruh secara parsial variabel *reliability* terhadap variabel kepuasan konsumen pengguna jasa Tour and Travel di Putra Kembar Tour dan Travel Mojokerto.
2. Untuk menganalisa pengaruh secara parsial variabel *assurance* terhadap variabel kepuasan konsumen pengguna jasa Tour and Travel di Putra Kembar Tour dan Travel Mojokerto.
3. Untuk menganalisa pengaruh secara simultan variabel *reliability* dan variabel *assurance* terhadap variabel kepuasan konsumen pengguna jasa Tour and Travel di Putra Kembar Tour dan Travel Mojokerto.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Memberikan sumbangan khasanah bagi pengembangan kajian ilmu ekonomi, terutama tentang pengaruh variabel *reliability* dan *assurance* terhadap kepuasan konsumen.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi peneliti

Memberi kesempatan untuk menerapkan materi yang didapat selama mengikuti perkuliahan khususnya tentang pemasaran selama mengikuti perkuliahan dalam kenyataan yang terjadi di dunia ekonomi.

b. Bagi Universitas

Diharapkan dapat memberikan sumbangan penelitian dalam kajian ilmu ekonomi khususnya tentang kepuasan konsumen, dan bisa digunakan menambah sumbangsih kajian pustaka.

c. Bagi Perusahaan

Dapat dijadikan sebagai salah satu informasi bagi karyawan untuk meningkatkan kepuasan konsumen melalui peningkatan *reliability* dan *assurance* terhadap kepuasan konsumen.