

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi saat ini kemajuan suatu negara salah satu penyebabnya karena semakin banyaknya kontribusi sektor jasa dalam perekonomian nasional yang semakin berkembang. Kemajuan suatu negara akan sangat berdampak bagi kesejahteraan masyarakatnya sendiri. Semakin maju suatu negara, maka kesejahteraan masyarakatnya semakin meningkat. Pada era globalisasi saat ini bisnis dibidang jasa mengalami pertumbuhan yang semakin meningkat. Semakin banyak macam produk jasa yang ditawarkan produsen kepada konsumen dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup konsumen tersebut. Karena semakin bertumbuhnya bisnis dibidang jasa tersebut, hal ini juga diiringi dengan permintaan produk jasa yang semakin meningkat.

Secara umum konsumen mengetahui bahwa barang yang dijual oleh produsen, bukan hanya benda-benda yang berbentuk barang saja, ada juga produsen yang menjual jasa. Sifat perusahaan yang menyalurkan jasa adalah perusahaan yang tidak dapat menimbun atau menyediakan stok barang didalam gudang seperti barang-barang lainnya sambil menunggu saat penjualan. Penyaluran jasa kebanyakan bersifat langsung dari produsen kepada konsumen.

Di Indonesia saat ini perkembangan sektor jasa telah mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Pertumbuhan sektor jasa yang semakin meningkat dapat dilihat dari semakin meningkatnya kebutuhan konsumen akan berbagai macam produk jasa. Seperti jasa telekomunikasi, jasa perbankan, jasa

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

transportasi, pariwisata, dan perusahaan – perusahaan yang menyediakan jasa khusus lainnya. Apabila pendapatan seseorang meningkat ada kecendrungan untuk memperbesar pengeluaran untuk membeli jasa-jasa tersebut.

Oleh karena itu saat ini pemasaran jasa menjadi sangat penting bagi perusahaan untuk menyalurkan jasa yang dijual kepada setiap konsumen. Setiap perusahaan jasa yang berdiri pastinya akan selalu mempertahankan eksistensi kinerjanya untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Setiap perusahaan jasa akan berusaha merebut pangsa pasar dengan berbagai macam strategi pemasarannya dan juga pelayanannya dengan tujuan untuk mendapatkan laba yang sebesar-besarnya dan loyalitas pelanggan secara optimal. Untuk mencapai tujuan tersebut perusahaan berusaha menghasilkan suatu jasa yang betul – betul untuk memenuhi kebutuhan konsumen itu sendiri. Sehingga mendapatkan konsumen yang loyal terhadap perusahaan tersebut.

Meskipun demikian, tidak sedikit perusahaan yang kurang menyadari arti penting loyalitas pelanggan, banyak pula perusahaan yang kurang berupaya untuk menelusuri dan mempelajari untuk mendapatkan loyalitas pelanggan. Perusahaan selama ini masih banyak yang hanya fokus pada standar bahan baku yang dianggap sudah cukup memuaskan pelanggan tanpa mencari inovasi lain yang mungkin berpotensi untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Pemasaran relasional sangat relevan diterapkan pada perusahaan jasa karena mengingat keterlibatan dan interaksi antara penyedia jasa dengan pelanggan sangat tinggi. Orientasi pemasaran relasional memberikan dua sudut pandang penyedia jasa dalam melihat hubungan dengan pelanggan.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Penekanan dari orientasi yang berfokus pada hubungan jangka pendek ke orientasi hubungan jangka panjang (mempertahankan dan membangun hubungan dengan pelanggan) dan pengakuan terhadap kualitas jasa yang ditentukan lima hal yaitu : bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati (Lupiyadi, 2011:182). Fungsi, kualitas dan manfaat suatu produk atau jasa merupakan fokus perhatian konsumen.

Kebutuhan konsumen yang semakin meningkat dan didasari oleh tingkat kekritisian yang semakin tinggi, cenderung menuntut pelayanan secara pribadi (personalized) dan ikut dilibatkan dalam pengembangan suatu produk. Hal ini yang menjadi dasar pemikiran untuk tetap memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen disegala perubahan, sehingga tidak berpaling ke produk substitusi.

Untuk mengidentifikasi memenuhi tingkat kualitas harapan para konsumen bukan hal yang mudah, karena apabila konsumen pernah merasakan kualitas produk atau jasa pelayanan yang sangat baik dari perusahaan maupun dari pesaingnya, maka konsumen tersebut selanjutnya akan berharap akan hal yang sama kembali terulang. Apabila suatu perusahaan dapat mengidentifikasi kualitas produk atau jasa layanan yang sesuai dengan harapan konsumennya, bisa dikatakan bahwa penawaran kualitas produk atau layanan jasa yang sangat baik dapat mempengaruhi pemakaian ulang produk maupun jasa perusahaan tersebut.

Kualitas produk atau jasa pelayanan yang baik dalam menciptakan loyalitas pelanggan sangat banyak memberikan manfaat, antara lain memberikan dasar yang kuat agar pelanggan tidak menggunakan produk atau jasa pelayanan

substitusi. Loyalitas pelanggan atau kesetiaan pelanggan akan sangat berpengaruh untuk menghalangi pelanggan agar tidak bisa dipengaruhi lagi oleh perusahaan lain. Selain itu apabila pelanggan memiliki loyalitas yang sangat tinggi akan menjadi pendorong untuk melakukan pembelian ulang atau penggunaan ulang (*repurchase*) serta mengajak orang lain untuk menggunakan jasa tersebut (*referral*).

Responsiveness (daya tanggap/kesigapan) adalah suatu respon / kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap. Reliability (keandalan) adalah suatu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya. Assurance (jaminan) adalah kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk atau jasa secara tepat, kualitas, ramah-tamah, perkataan, atau kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Emphaty (perhatian) adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi kepada para pelanggan. Tangibels (kemampuan fisik) adalah suatu bentuk penampilan fisik, peralatan personal, media komunikasi dan hal – hal yang lainnya yang bersifat fisik.

Masalah pelayanan yang sebenarnya bukanlah suatu hal yang sulit atau rumit. Tetapi apabila hal ini kurang diperhatikan maka dapat menimbulkan hal-hal yang rawan karena sifatnya yang sangat sensitif. Sistem pelayanan perlu didukung oleh kualitas pelayanan, fasilitas yang memadai dan etika atau tata krama.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sedangkan tujuan memberikan pelayanan adalah untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, sehingga berdampak dengan dihasilkannya nilai tambah.

PT. Sarana Wisata Transport adalah salah satu perusahaan jasa transportasi yang sedang berkembang di Kota Pekanbaru. Oleh karena itu PT. Sarana Wisata Transport setidaknya memerlukan langkah – langkah yang tepat untuk mendorong pertumbuhan loyalitas konsumen terhadap perusahaan. Penulis memilih PT. Sarana Wisata Transport sebagai tempat penelitian dengan harapan dapat memberikan manfaat untuk kemajuan PT. Sarana Wisata Transport dari hasil penelitian yang dilakukan. Di bawah ini merupakan tabel konsumen PT. Sarana Wisata Transport dari tahun 2010-2015.

Tabel 1.1
Jumlah Konsumen PT.Sarana Wisata Transport Tahun 2010-2015

No	Tahun	Target (org)	Realisasi (org)	Persentase
1	2011	900	724	80,4%
2	2012	950	718	75,58%
3	2013	1000	956	95,6%
4	2014	1100	980	89,09%
5	2015	1150	1020	88,69%

Sumber : PT. Sarana Wisata Transport Tahun 2016

Dari tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa data jumlah konsumen yang menggunakan jasa PT. Sarana Wisata Transport adalah : pada tahun 2011 tertulis sebanyak 724 penumpang atau sekitar 80,4% dari target 900 penumpang yang menggunakan jasa transportasi PT. Sarana Wisata Transport. Pada tahun 2012 tertulis sebanyak 700 penumpang atau sekitar 75,58% dari target 950 penumpang. Pada tahun 2013 tertulis sebanyak 956 penumpang atau 95,6% dari target 1000 penumpang. Pada tahun 2014 tertulis sebanyak 980 penumpang atau 89,09% dari target 1100 penumpang. Sedangkan pada tahun 2015 konsumen yang

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menggunakan jasa transportasi PT.Sarana Wisata Transport mencapai 1020 penumpang atau 88,69% dari target yang diinginkan sebanyak 1150 penumpang.

Dari tabel data penjualan PT.Sarana Wisata Transport dari tahun 2011-2015 tersebut dapat dilihat tingkat konsumen yang menggunakan jasa transportasi PT.Sarana Wisata Transport mengalami turun naik dari tahun ke tahun. Hal tersebut dapat dilihat bahwa konsumen terbanyak yang menggunakan jasa transportasi PT.Sarana Wisata Transport terdapat pada tahun 2015 sebanyak 1020 penumpang atau 88,69% dengan target 1200 penumpang. Sedangkan tingkat loyalitas konsumen terkecil terjadi pada tahun 2012 dengan 718 penumpang atau 75,58% dari target yang diinginkan sebanyak 950 penumpang.

Oleh karena itu penulis melihat bahwa perlunya diadakan penelitian tentang **“Pengaruh Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT.Sarana Wisata Transport”**. Agar dapat menghasilkan informasi yang lebih akurat dan bersamaan dengan bukti ilmiah mengenai bagaimana pengaruh pelayanan, harga, dan promosi terhadap loyalitas pelanggan pada PT.Sarana Wisata Transport. Oleh karena itu penulis akan melakukan penelitian dengan menjadikan PT.Sarana Wisata Transport sebagai tempat penelitian yang akan diteliti.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah tertulis, maka yang menjadi perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada PT.Sarana Wisata Transport?

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada PT.Sarana Wisata Transport ?
3. Apakah promosi berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada PT.Sarana Wisata Transport ?
4. Apakah pelayanan, harga, dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada PT.Sarana Wisata Transportasi?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah pelayanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PT.Sarana Wisata Transport
2. Untuk mengetahui apakah harga memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PT.Sarana Wisata Transport
3. Untuk mengetahui apakah promosi memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PT.Sarana Wisata Transport
4. Untuk mengetahui pelayanan, harga, dan promosi memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PT.Sarana Wisata Transport

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis :
 - a. Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan pemahaman peneliti mengenai kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap loyalitas pelanggan.
 - b. Sebagai implementasi atas teori yang telah didapat pada perkuliahan dan menambah wawasan akan dunia bisnis.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Bagi Perusahaan

- 1) Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap loyalitas pelanggan, sehingga dapat menjadi masukan bagi perusahaan PT. Sarana Wisata Transport untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan.

3. Bagi Universitas

- 1) Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi untuk menambah wawasan dalam mendokumentasikan dan menginformasikan hasil penelitian ini khususnya di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Uin Suska Riau.

1.5 Sistematika Penulisan

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

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab kedua ini dijelaskan tentang landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari analisis penelitian, penelitian terdahulu, kerangka penelitian dan hipotesis penelitian.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III : METODELOGI PENELITIAN

Pada bab ketiga ini akan dijelaskan tentang variabel penelitian, cara penentuan sample, jenis dan sumber data serta metode analisis yang dipakai dalam penelitian.

BAB IV : PROFIL PERUSAHAAN

Pada bab keempat ini akan dijelaskan gambaran profil perusahaan PT.Sarana Wisata Transport dan Visi dan Misi yang diusung oleh PT.Sarana Wisata Transport.

BAB V : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab kelima ini akan diuraikan tentang deskripsi objek penelitian, analisis data dan pembahasan atas hasil pengolahan data

BAB VI : PENUTUP

Pada bab terakhir ini merupakan kesimpulan yang diperoleh dari penelitian yang telah dilakukan dan juga saran – saran yang merekomendasikan penulis oleh peneliti terhadap