

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan bisnis di bidang travel semakin tajam, kecenderungan itu terlihat antara lain dengan semakin banyaknya perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang travel. Akibat dari persaingan yang semakin ketat dan kuat tersebut, perusahaan dituntut untuk bekerja lebih efisien dan efektif agar dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada konsumennya. Perlu diketahui juga konsumen pada jaman sekarang sangat berhati-hati dalam mempertimbangkan banyak faktor untuk memilih sebuah jasa yang dapat memberikan nilai lebih, dengan cara memperhatikan dan memberikan apa yang diinginkan konsumennya. Mutu pelayanan yang baik sangat diperlukan oleh industri jasa, seperti jasa travel. Rangkuti (2005:127) menjelaskan pelayanan merupakan salah satu hal penting yang dijadikan strategi dalam memenangkan persaingan, karena kualitas pelayanan menjadi hal yang mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Mengenai penelitian kualitas pelayanan, Kotler (2005:127) menegaskan bahwa kualitas jasa dapat dinilai berdasarkan "harapan konsumen" (*customer importance*) dan "kinerja perusahaan" (*company performance*) atau yang disebut oleh Zeithmal dan Berry dengan *Servqual Score* (1985 dalam Sitaniapessy, jurnal ekonomi dan bisnis, 2006:16). Analisis *Servqual Score* digunakan untuk menentukan peringkat berbagai elemen kumpulan jasa dan untuk mengidentifikasi apa saja yang diperlukan. Dengan demikian, penelitian mengenai kualitas pelayanan harus

melibatkan terhadap loyalitas pelanggan dan kinerja layanan yang dirasanya nyaman oleh pelanggan.

Alasan utama penelitian tentang loyalitas pelanggan adalah kenyataan bahwa pada dasarnya pelanggan selalu ingin kualitas pelayanan yang baik, oleh karena itu jika perusahaan ingin terus bertahan, maka harus mengutamakan kualitas pelayanan (*service quality*). Penerapan kualitas pelayanan ini diharapkan dapat mampu membuat pelanggan menjadi setia. Oleh karena itu sangat penting untuk mengetahui dimensi mana yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan terutama dalam sektor jasa. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang baik kepada para pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang penulis akan tuangkan dalam bentuk penulisan skripsi dengan judul **”PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA CIPAGANTI TRAVEL DI BANDUNG”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis berusaha untuk mendekati beberapa pokok permasalahan dalam kaitannya dengan pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Adapun beberapa cakupan permasalahan yang berhasil penulis identifikasi diantaranya adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Cipaganti Travel?

2. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Cipaganti Travel ?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah di atas, maka penulis mencoba menguraikan maksud atau tujuan dari penelitian ini. Maksud dan tujuan penelitiannya adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Cipaganti Travel.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Cipaganti Travel.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini antara lain agar dapat memberikan hasil yang bermanfaat bagi:

1. Akademisi

Penulis berharap penelitian ini bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan wawasan, khususnya ilmu manajemen pemasaran, yaitu sebagai sumber referensi dan sumbangan informasi mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap loyalitas pelanggan berdasarkan kepentingan kinerja.

2. Praktisi bisnis

Menurut penulis penelitian mengenai loyalitas pelanggan khususnya perlu untuk dilakukan secara berkala mengingat ukuran loyalitas pelanggan yang selalu

berubah seiring dengan perkembangan, hal ini dapat dijadikan untuk membantu perusahaan dalam memperoleh masukan dan tambahan informasi mengenai pengaruh pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, dimana informasi tersebut diharapkan dapat digunakan untuk melakukan perbaikan dalam kegiatan – kegiatan yang telah dilakukan oleh perusahaan dan sebagai saran yang membangun perusahaan. Khususnya bagi pihak perusahaan Cipaganti Travel agar dapat selalu mengikuti perkembangan konsumen dalam pelayanan yang diberikan.