

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan masyarakat perkotaan dan berbagai infrastruktur yang ada mendorong adanya peningkatan kebutuhan terhadap kendaraan bermotor. Hal tersebut memunculkan peningkatan dalam penggunaan kendaraan bermotor di lingkungan perkotaan. Dani (2012) mengungkapkan bahwa, jumlah kendaraan bermotor, yang terdapat di jalanan mulai memunculkan berbagai masalah, seperti kemacetan dan polusi, sebagai dampak semakin banyak orang yang memiliki kendaraan pribadi. Jika zaman dahulu kendaraan bermotor hanya dimiliki oleh orang-orang mampu saja, saat ini orang-orang dapat memiliki kendaraan bermotor dengan sistem kredit, karena adanya berbagai kemudahan yang diberikan perbankan.

Meningkatnya penggunaan kendaraan bermotor, muncul karena adanya kebutuhan mobilitas yang tinggi pada masyarakat perkotaan. Karena itu, sekalipun perkotaan telah menyediakan berbagai sarana transportasi publik seperti bus kota atau angkutan kota, dan kendaraan umum lainnya, masyarakat tetap memilih untuk memiliki kendaraan sendiri, karena alasan kecepatan dan kepraktisan dalam lingkungan perkotaan. Menurut Freddy (2015) kebutuhan masyarakat akan kendaraan itu selalu ada, karena saat ini kendaraan bermotor merupakan kebutuhan utama dalam menunjang mobilitas.

Hal yang sama dapat dilihat dari kecenderungan penggunaan kendaraan di Universitas Kristen Maranatha (UKM) Bandung, yang merupakan salah satu Universitas yang di anggap Universitas unggulan dikota Bandung. Dilingkungan Universitas Kristen Maranatha, sebagian besar mahasiswa membawa kendaraan masing-masing dalam bentuk roda dua (motor) maupun roda empat (mobil) untuk memudahkan mobilitas untuk pergi ke lingkungan kampus. Berdasarkan survei awal penelitian melalui wawancara dengan 20 orang mahasiswa, sebanyak 80% (16 orang) mengungkapkan bahwa mereka menggunakan kendaraan pribadi untuk datang ke kampus. Sementara, hanya 20% (empat orang) yang tidak menggunakan kendaraan bermotor untuk pergi ke lingkungan kampus, karena tinggal (kos) di sekitar kampus atau menggunakan kendaraan umum. Dari para responden, yang menggunakan kendaraan bermotor di dominasi oleh motor (14 orang) dan mobil (dua orang). Hal ini menggambarkan bahwa, para mahasiswa menggunakan kendaraan bermotor untuk pergi ke lingkungan kampus setiap hari.

Jumlah pengguna kendaraan bermotor yang besar, dapat memunculkan masalah dalam perpustakaan dilingkungan kampus. Dapat dibayangkan, jika sebagian mahasiswa menggunakan kendaraan bermotor, maka Universitas Kristen Maranatha membutuhkan area parkir yang cukup luas. Bukan hanya itu, pihak Universitas Kristen Maranatha juga harus melakukan pengelolaan perpustakaan untuk memastikan bahwa, lokasi parkir tetap aman, nyaman, dan memberikan perlindungan bagi kendaraan bermotor mahasiswa. Hal ini tentu akan membutuhkan sumber daya tidak sedikit, karena area parkir yang luas dan ditambah jumlah kendaraan yang sangat banyak.

Untuk itu, pihak Universitas Kristen Maranatha melakukan kerja sama dengan pihak Centre Park (CP), sebagai perusahaan pengelola perparkiran pihak ketiga. Centre Park didirikan pada tahun 2009, dengan hanya berada di dua lokasi, dengan jumlah karyawan sebanyak 75 orang. Pada tahun 2014, Centre Park telah mengelolah perparkiran untuk 130 lokasi dan memiliki 2.500 orang karyawan di seluruh Indonesia. Centre Park memiliki visi untuk menjadi perusahaan perparkiran nasional terbesar di Indonesia. Untuk mencapai visi tersebut, Centre Park memiliki misi untuk menyediakan sumber daya manusia dan teknologi berkualitas, untuk mencapai “*excellent service*” untuk setiap klien. Berdasarkan pada prinsip inilah yang membuat Centre Park dapat terus berkembang dan menjadi mitra dalam membantu mengelolah perparkiran bagi kliennya.

Di lingkungan Universitas Kristen Maranatha, Centre Park pertama kali bekerja sama dengan Universitas Kristen Maranatha pada Tahun 2014. Kerjasama ini dilakukan untuk memudahkan pengelolaan parkir, di lingkungan Universitas Kristen Maranatha. Jika sebelumnya pihak Universitas Kristen Maranatha melakukan pengelolaan sendiri, namun karena adanya gedung baru Graha Widya Maranatha (GWM) dan Gedung Serba Guna (GSG) membuat area parkir menjadi semakin luas dan membutuhkan pengelolaan secara profesional. Karena itu, pihak Universitas Kristen Maranatha memilih Centre Park sebagai mitra salah satu perusahaan pengelolaan perparkiran yang cukup besar untuk dapat mengelola perparkiran di lingkungan Universitas Kristen Maranatha. Pada saat ini, pihak Centre Park di Universitas Kristen Maranatha mempekerjakan 27 orang, yang terbagi menjadi empat orang *staff*, 11 orang operasional, dan 12 orang kasir, yang

bekerja dalam dua *shift* (jam enam pagi sampai jam empat sore, dan jam empat sore sampai jam sepuluh malam).

Kerjasama yang dilakukan antara Centre Park dengan Universitas Kristen Maranatha pada awalnya mengalami penolakan oleh pihak mahasiswa dimana sebelum kerjasama pihak mahasiswa tidak perlu membayar, kini harus membayarkan sejumlah uang untuk biaya parkir. Sekali pun biaya parkir yang dikenakan tidak terlalu besar, jika dibandingkan ditempat lain (seribu rupiah untuk motor dan lima ribu rupiah untuk mobil) para mahasiswa tetap merasa terbebani dengan kebijakan baru ini. Namun kini, para mahasiswa sudah mulai terbiasa dengan kebijakan parkir tersebut, terlebih lagi karena harga jasa parkir yang jauh lebih murah dibandingkan dengan parkir di *mall*, atau tepat parkir lainnya.

Tetapi, tidak semua mahasiswa merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak Centre Park di Universitas Kristen Maranatha. Berdasarkan wawancara dengan 20 orang mahasiswa, sebagian besar (12 orang / 60%) masih merasakan bahwa pelayanan yang diberikan Centre Park masih kurang memuaskan. Hal ini terjadi karena waktu pelayanan yang lama dan sering terjadinya penumpukan kendaraan disaat masuk dan keluar dari gerbang pembayaran di kampus. Selain itu, masih ada mahasiswa yang mengeluhkan pelayan yang diberikan para *staff* misalnya, adanya *staff* yang kurang ramah, atau tidak ada ditempat pada saat para mahasiswa ingin melakukan pembayaran.

Kualitas layanan di definisikan oleh Parasuraman dan Zeithaml (2001) sebagai tingkat perbedaan antara harapan dan kenyataan dari pelayanan yang diterima oleh konsumen. Menurut Parasuraman dan Zeithaml kepuasan pelayanan

(SERVQUAL) dapat dilihat dalam lima dimensi, yaitu *tangibles*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance*. Kelima dimensi ini merupakan hal yang dinilai oleh para pelanggan atau konsumen disaat mereka mendapatkan layanan dari perusahaan.

Jika para konsumen menghayati adanya kepuasan layanan dalam lingkungan yang dimiliki konsumen maka para konsumen akan menghayati adanya kepuasan. Layanan yang berkualitas dan dapat menjawab kebutuhan yang dimiliki oleh para konsumen akan memunculkan kepuasan konsumen (*customer satisfaction*) sebagai respon pemenuhan dari kebutuhan konsumen. Hal tersebut dianggap sebagai karakteristik layanan atau pelayanan itu sendiri yang memberikan pemenuhan pada faktor-faktor yang berhubungan dengan konsumsi Zeithaml dan Bitner (2000).

Secara umum, tingkat kualitas layanan yang dirasakan konsumen akan memunculkan kepuasan konsumen pada para pengguna jasa tersebut. Harapannya, kualitas layanan yang diberikan akan memunculkan kepuasan pada para konsumen yang dapat membuat mereka menggunakan jasa dikemudian hari. Beberapa literatur hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dapat menjadi dasar bagi loyalitas konsumen atau pelanggan, dan di beberapa literatur juga menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan mau pun yang tidak signifikan antara dimensi-dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rizqy, Warso, dan Fathoni (2016) variabel *tangible*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada konsumen PT. Graha

Service Indonesia cabang Semarang, yang berarti bahwa kepuasan konsumen tidak bergantung pada variabel-variabel yang merupakan dimensi kualitas layanan namun hanya variabel *reliability* yang dapat memunculkan kepuasan konsumen, namun hasil penelitian yang dilakukan oleh Khasanah dan Pertiwi (2010), menunjukkan hasil yang sebaliknya, dimana kelima dimensi kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada konsumen RS St.Elisabeth Semarang. Hal ini menggambarkan bahwa kepuasan konsumen konsumen pada kelima dimensi dapat memunculkan kepuasan konsumen pada para responden nya. Dengan demikian, adanya berbagai variasi dari hasil penelitian mengenai kualitas layanan dengan kepuasan konsumen.

Sehubungan dengan adanya berbagai variasi dalam menilai kualitas layanan yang diberikan oleh Centre Park dilingkungan Universitas Kristen Maranatha, dan pentingnya kepuasan pelanggan yang dimiliki oleh mahasiswa sebagai konsumen, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Centre Park (Studi Kasus Pada Mahasiswa di Universitas Kristen Maranatha Bandung)”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, peneliti dapat membuat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh signifikan antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa pengguna Centre Park di Universitas Kristen Maranatha Bandung?

2. Apakah terdapat pengaruh signifikan antara *tangibles* terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa pengguna Centre Park di Universitas Kristen Maranatha Bandung?
3. Apakah terdapat pengaruh signifikan antara *empathy* terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa pengguna Centre Park di Universitas Kristen Maranatha Bandung?
4. Apakah terdapat pengaruh signifikan antara *reliability* terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa pengguna Centre Park di Universitas Kristen Maranatha Bandung?
5. Apakah terdapat pengaruh signifikan antara *responsiveness* terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa pengguna Centre Park di Universitas Kristen Maranatha Bandung?
6. Apakah terdapat pengaruh signifikan antara *assurance* terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa pengguna Centre Park di Universitas Kristen Maranatha Bandung?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji dan menganalisa pengaruh antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa pengguna Centre Park di Universitas Kristen Maranatha Bandung’.
2. Untuk menguji dan menganalisa pengaruh antara *tangibles* terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa pengguna Centre Park di Universitas Kristen Maranatha Bandung’.

3. Untuk menguji dan menganalisa pengaruh antara *empathy* terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa pengguna Centre Park di Universitas Kristen Maranatha Bandung’.
4. Untuk menguji dan menganalisa pengaruh antara *reliability* terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa pengguna Centre Park di Universitas Kristen Maranatha Bandung’.
5. Untuk menguji dan menganalisa pengaruh antara *responsiveness* terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa pengguna Centre Park di Universitas Kristen Maranatha Bandung’.
6. Untuk menguji dan menganalisa pengaruh antara *assurance* terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa pengguna Centre Park di Universitas Kristen Maranatha Bandung’.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian ini adalah :

1. Memberikan masukan bagi ilmu manajemen, terutama bagi manajemen pemasaran untuk meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.
2. Menjadi masukan bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian serupa.
3. Menjadi masukan bagi perusahaan untuk dapat meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.