

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Indonesia saat ini mengalami perkembangan yang cukup pesat baik dari segi industri, pembangunan infrastruktur dan peningkatan fasilitas dibidang transportasi. Sarana transportasi darat, laut, maupun udara memegang peran penting dalam aspek sosial ekonomi Indonesia melalui fungsi distribusi antara daerah satu dengan daerah yang lainnya. Transportasi melalui darat memiliki peran utama dalam kehidupan sehari-hari masyarakat dan memiliki kontribusi penting dalam meningkatkan perekonomian Indonesia.

Salah satu tolak ukur bangsa yang maju adalah transportasi yang andal dan berwawasan lingkungan. Hal ini dapat dipenuhi oleh moda transportasi kereta api (KA). Selain itu pemerintah Indonesia juga mendorong pengembangan transportasi massal berbasis kereta api, karena melalui moda transportasi kereta api Indonesia akan menghemat 40 triliun dari biaya operasi kendaraan bermotor dan 60 triliun untuk waktu perjalanan.

Kereta Api adalah salah satu sarana transportasi yang memiliki karakteristik dan keunggulan khusus terutama dalam kemampuannya untuk mengangkut penumpang secara massal, hemat energi, hemat dalam penggunaan ruang dan tingkat pencemaran yang rendah. Saat ini PT KAI juga meningkatkan layanan masyarakat dengan memanfaatkan sumber daya yang

dimilikinya. Diantaranya adalah pengelolaan terkait pariwisata berbasis kereta api, restoran di kereta api di stasiun, termasuk jasa catering dan distribusi logistik lainnya.

Pembangunan ekonomi moda transportasi kereta api dapat menunjang mobilitas terkait aktivitas ekonomi, penunjang transportasi bagi para pekerja informal, dengan kereta api semakin mudahnya proses distribusi barang ke tangan konsumen, dan mempermudah akses wisatawan ke sejumlah destinasi wisata. Oleh karena itu sampai saat ini transportasi kereta api masih menjadi salah satu primadona bagi pekerja kantor antar wilayah dalam satu regional selain karena memiliki tarif yang murah dan ketepatan waktu yang menjadi tolak ukur para penumpang, kereta api juga menjadi salah satu alternatif yang dapat digunakan untuk menghindari kemacetan. Berikut ini data penumpang kereta api di wilayah Jawa (non-Jabodetabek) periode tahun 2017-2021:

Tabel I-1
Data Penumpang Kereta Api di Wilayah Jawa (Non-Jabodetabek)
Tahun 2017-2021

No.	Tahun	Jumlah Penumpang (dalam ribuan)	Pertumbuhan (%)
1	2017	70.508	-
2	2018	77.546	9,07%
3	2019	83.833	7,50%
4	2020	57.610	(45,5%)
5	2021	41.562	(38,6%)

Sumber: Badan Pusat Statistik Tahun 2017-2021

Berdasarkan tabel I-1, menunjukkan bahwa selama 5 tahun terakhir jumlah penumpang kereta api untuk wilayah Jawa (Non-Jabodetabek) fluktuatif. Pada tahun 2018 mengalami peningkatan sebesar 7.038

penumpang, kemudian tahun 2019 juga mengalami peningkatan sebesar 6.287 penumpang, dan pada tahun selanjutnya mengalami penurunan sebesar 26.223 penumpang di tahun 2020 dan pada tahun 2021 penurunan terjadi sebesar 16.048 penumpang.

Berdasarkan data PT Kereta Api Indonesia melalui Daop 5 Purwokerto, untuk realisasi penumpang tahun baru 2019 ke tahun 2020 melebihi target yang diprogramkan sebesar 283.690 penumpang dengan realisasi sebesar 286.698 penumpang (naik 4,3%) dibandingkan dengan tahun baru 2018 ke tahun 2019 sebesar 274.777 penumpang (naik 1,1%) di atas program tahun 2019-2020. (suarabanyumas.com)

Namun diawal tahun 2020, Indonesia dihantam oleh adanya wabah virus covid-19. Virus ini mudah sekali menular dan penularannya sangat cepat, orang yang tertular COVID-19 akan mengalami gejala ringan, sedang, hingga sakit parah yang membutuhkan pengobatan medis. Kondisi inilah yang membuat pemerintah memutuskan untuk melakukan lockdown di seluruh wilayah Indonesia dan penerapan kebijakan kerja dari rumah (*work from home*) untuk memutus rantai penyebaran virus COVID-19.

Pemberlakuan PSBB di seluruh wilayah Indonesia diperluas dengan diliburkannya sekolah baik negeri maupun swasta, menutup pusat perbelanjaan, tempat-tempat wisata, dan kantor-kantor yang bukan sektor penting sesuai dengan aturan yang ditetapkan pemerintah. Tren volume penumpang kereta api baik KRL maupun non KRL mulai mengalami penurunan sejak awal pandemi di Indonesia.

Stasiun Kebumen (KM) adalah stasiun kereta api kelas besar tipe C yang terletak di Panjer Kebumen. Stasiun yang terletak pada ketinggian +21 m ini berada di Daerah Operasi V Purwokerto. Imbas corona perjalanan KA di stasiun Kebumen diliburkan. Pada bulan Mei 2020 total ada 91 perjalanan KA yang dibatalkan, baik untuk penumpang jarak jauh maupun lokal. Hal ini merupakan sebagai tindak lanjut dari aturan pemerintah Menteri perhubungan Nomor 25 tahun 2020 tentang pengendalian transportasi selama musim mudik Idul Fitri pada bulan April 2020. (kebumenekspres.com)

Pada awal bulan Juni 2020 Pemerintah menerapkan *era New Normal* atau adaptasi kebiasaan baru bagi masyarakat, yaitu dengan tetap mengikuti protokol kesehatan yang ada seperti menggunakan masker, menjaga jarak, menghindari kontak langsung, dan tentunya tetap menjaga kebersihan sekitar. PT Kereta Api Indonesia melalui Daop 5 Purwokerto secara bertahap kembali mengoperasikan KA jarak jauh dan KA Lokal reguler. Perjalanan kereta api sudah mulai diaktifkan kembali tanggal 12 Juni 2020 dan mulai ramai lagi. Pada penghujung tahun 2020 jumlah penumpang naik mencapai 30%, di 15 stasiun wilayah Daop 5. Di Kabupaten Kebumen terbagi 4 lokasi penumpang yang turun yaitu di stasiun Kebumen sebesar 1.317 penumpang, stasiun Karanganyar sebesar 200 penumpang, stasiun Gombong sebesar 884 penumpang, dan stasiun Kutowinangun sebesar 61 penumpang. Meskipun terdapat kerumunan banyak orang namun kereta api tidak menjadi kluster penyebaran covid-19 karena adanya penerapan protokol kesehatan. Setiap

penumpang wajib menggunakan masker, menjaga jarak, mencuci tangan, dan tes PCR atau rapid tes. (kebumen.sorot.co)

Berdasarkan data yang diperoleh menunjukkan bahwa perkembangan transportasi kereta api mengalami naik turun selama masa Pandemi Covid-19. Oleh karena itu perusahaan perlu untuk menjaga loyalitas penumpang, sebagai upaya untuk mempertahankan pelanggan. Loyalitas pelanggan dalam dunia bisnis menjadi tolak ukur keberhasilan dalam suatu usaha jasa. Loyalitas pelanggan diartikan sebagai kesediaan pelanggan untuk terus berlangganan pada sebuah perusahaan dalam jangka panjang, dengan membeli dan menggunakan barang serta jasanya secara berulang-ulang dan lebih baik lagi secara eksklusif, dan dengan sukarela merekomendasikan produk perusahaan tersebut kepada teman-teman dan rekan-rekannya.

Menurut Aramita (2018), pelanggan setia dapat menjadi suatu aset bernilai tinggi untuk perusahaan. Menjaga pengguna setia mampu memangkas upaya mencari pelanggan baru, menaikkan pengguna setia agar datang kembali kepada perusahaan. Berdasarkan hal tersebut maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang faktor-faktor yang dapat membangun loyalitas penumpang Kereta Api di Stasiun Kebumen. Peneliti terlebih dahulu melakukan survei menggunakan kuesioner terbuka kepada 35 responden pengguna kereta api di Stasiun Kebumen. Berikut hasil survei yang telah dilakukan oleh peneliti:

Tabel 1-2
Hasil Observasi Alasan memilih Trasnportasi Kereta Api

No	Alasan Memilih KA	Jumlah	Presentase
1	Harga yang lebih terjangkau	8	23%
2	Adanya pengalaman menggunakan KA	5	14%
3	Merasa lebih aman dan nyaman	7	20%
4	Rumah dekat dengan stasiun	3	9%
5	Cepat, untuk menghindari kemacetan	3	9%
6	Ketersediaan fasilitas umum dan fasilitas kesehatan yang memadai	4	11%
7	Kemudahan dalam layanan tichketing dan chek in	4	11%
8	Petugas pelayanan yang ramah	1	3%
Jumlah		35	100%

Sumber : Data primer, diolah 2021

Dari tabel 1-2 diatas dapat diketahui bahwa harga yang tiket kereta yang lebih terjangkau merupakan alasan yang utama dengan memiliki presentase tertinggi dari alasan yang lainnya, pada urutan kedua dengan alasan lebih nyaman dan aman ketika menggunakan jasa transportasi kereta api, selain itu dengan adanya pengalaman menggunakan kereta api dan kepuasan terhadap kinerja atau pelayanan yang ditawarkan menjadi alasan untuk kembali menggunakan jasa transportasi kereta api.

Persoalan kualitas jasa dan kepuasan konsumen kini semakin menjadi hal yang penting dan genting bagi perusahaan jasa (Purba, 2019). Strategi untuk meningkatkan pelayanan melalui aplikasi KAI Access sudah diterapkan untuk mempermudah pelanggan dalam memperoleh informasi, mulai dari pemesanan dan pembatalan tiket, jadwal perjalanan kereta api, dan informasi penting lainnya. Fasilitas penumpang di stasiun juga sudah ditingkatkan mulai dari toilet yang bersih, ruang laktasi, serta pos kesehatan terutama pada

saat pandemi seperti ini peningkatan fasilitas kesehatan pada transportasi umum menjadi hal yang utama.

Loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan pelanggan berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, hal ini menjadi alasan utama bagi sebuah perusahaan jasa untuk menarik dan mempertahankan mereka (Putri, 2014). Salah satu faktor untuk meningkatkan loyalitas pelanggan adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan.

Janah (2019) mengungkapkan bahwa keberhasilan perusahaan dalam memberikan layanan yang berkualitas kepada para pelanggannya, pencapaian pangsa pasar yang tinggi, serta peningkatan laba perusahaan tersebut sangat ditentukan oleh pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan model SERVQUAL (*Service Quality*). Metode ini memiliki dua perspektif, yaitu memahami apa yang diharapkan konsumen, dirasakan konsumen, dan kepuasan konsumen. Menurut Linardi (2019), kualitas pelayanan adalah sebuah kinerja yang dapat ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain.

Langkah-langkah yang diambil PT KAI untuk meningkatkan kualitas pelayanan adalah dengan memperbaiki fasilitas yang ada, mengingat bahwa sampai saat ini pandemi COVID-19 masih belum usai. PT. KAI terus berupaya untuk tetap menjadi moda transportasi andalan masyarakat dengan menyediakan jasa layanan transportasi yang aman, nyaman, dan menerapkan protokol kesehatan yang ketat, juga mengurangi jumlah perjalanan kereta api guna mendukung pemerintah dalam pemberlakuan PPKM. KAI juga

menambah fitur-fitur dalam aplikasi KAI Access untuk membantu pelanggan dalam memperoleh informasi.

Adanya pengalaman yang dimiliki oleh pelanggan dalam menggunakan sebuah jasa transportasi juga menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan dimasa mendatang. Produk dan jasa yang baik tidak lagi menjadi keuntungan yang kompetitif pada saat ini apabila tidak diiringi dengan adanya pemberian pengalaman yang berkualitas bagi konsumen (Nyoman, *et al*, 2022). Menurut Dewi *et al.*, (2020) bahwa tanggapan konsumen yang merasa puas, akan dilanjutkan dengan kembali lagi dan bersedia membeli produk lain yang ditawarkan oleh perusahaan serta konsumen tersebut secara tidak langsung akan membantu proses pemasaran melalui *Word of mouth* yang bernada positif.

Menurut Verhoef, *et al* (2009) menyatakan bahwa pengalaman mengevaluasi kesesuaian kualitas produk dan layanan dalam menemukan kepuasan dan mengurangi loyalitas dan mengurangi niat beralih pelanggan. Dampak pandemi covid-19 benar-benar memberikan pengalaman tersendiri bagi para penumpang kereta Api khususnya di Stasiun Kebumen. Tak hanya itu, masih adanya rasa takut di kalangan masyarakat terhadap penggunaan transportasi umum karena adanya virus corona yang terjadi di Indonesia membuat semakin berkurangnya minat masyarakat untuk menggunakan jasa transportasi umum. Hal ini tentu menjadi perhatian tersendiri bagi manajemen PT KAI untuk mengutamakan kesehatan dan kenyamanan para penumpang. Oleh karena itu diperlukan penelitian dan informasi yang tidak hanya

memfokuskan pada kualitas tetapi dari segi *customer experience* untuk dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

Faktor berikutnya yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi pasca penggunaan sebuah jasa, dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan dari pelanggan. Rahayu dan Faulina (2022), kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul dari membandingkan kinerja produk yang dipersepsikan atau hasil terhadap ekspektasi seseorang, jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas, jika melebihi harapan maka pelanggan akan puas atau senang.

Berdasarkan pendapat tersebut dapat diketahui bahwa kepuasan pelanggan berhubungan erat dengan dua hal yaitu harapan dan hasil yang diterima. Pelanggan yang merasa puas cenderung akan mengatakan pada pelanggan lain tentang kelebihan barang atau jasa tersebut (Patterson & Spreng, 1997 : 144) dalam Sayed dan Amir (2008:3). Penelitian tentang loyalitas pelanggan telah banyak dilakukan salah satunya oleh Mardikawati (2013) menyatakan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Shandra & Murwatiningsih (2016) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Disisi lain perusahaan juga dituntut untuk memberikan atau menciptakan pengalaman pada konsumen. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Azhari *et al.* (2015) juga sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nugroho dan Tanti (2020) yang menyatakan bahwa *customer experience* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian lain yang dilakukan oleh Hijjah dan Ardiansari (2015) menyatakan bahwa *customer satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty*. Selain itu, hasil penelitian ini juga menyatakan bahwa *customer experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction*.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Customer Experience terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Penumpang Kereta Api Indonesia (KAI) Jarak Jauh di Stasiun Kebumen)**”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka permasalahan yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna Kereta Api jarak jauh di Stasiun Kebumen?
2. Bagaimanakah pengaruh *customer experience* terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna Kereta Api jarak jauh di Stasiun Kebumen?

3. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna Kereta Api jarak jauh di Stasiun Kebumen?
4. Bagaimanakah pengaruh *customer experience* terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna Kereta Api jarak jauh di Stasiun Kebumen?
5. Bagaimanakah pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna Kereta Api jarak jauh di Stasiun Kebumen?
6. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi pada pengguna Kereta Api jarak jauh di Stasiun Kebumen?
7. Bagaimanakah pengaruh *customer experience* terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi pada pengguna Kereta Api jarak jauh di Stasiun Kebumen?

1.3. Batasan masalah

Agar penelitian tidak menyimpang dari tujuan penelitian, maka penulis menetapkan batasan masalah sebagai berikut :

1. Penelitian dikhususkan untuk masyarakat Kabupaten Kebumen yang pernah menggunakan Kereta Api antar kota di Stasiun Kebumen dengan usia minimal 18 tahun.
2. Penelitian dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan *customer experience* terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan sebagai variabel intervening. Guna menghindari meluasnya bahasan, maka variabel akan dibatasi pada:
 - a. Loyalitas Pelanggan

Menurut Griffin dalam Nugroho (2017) menjelaskan bahwa ketika seseorang konsumen loyal atau setiap dia menunjukkan perilaku pembelian cenderung dipengaruhi oleh kesadaran penuh dan pertimbangan dalam pembuatan keputusan pembelian. Adapun indikator dari loyalitas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu: a) berbagi informasi (*share information*), b) menyampaikan hal positif (*say positif thing*), c) melakukan pembelian secara kontinyu (*continue purchasing*).

b. Kepuasan Pelanggan.

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan atas *performance* produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. Pelanggan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui (Fandy Tjiptono, 2002). Pengukuran kepuasan pelanggan menurut Tjiptono (2004:366), yaitu: a) kepuasan general atau keseluruhan, b) konfirmasi harapan, c) dimensi kepuasan pelanggan, d) minat pembelian ulang, e) kesediaan untuk merekomendasikan, f) ketidakpuasan pelanggan.

c. Kualitas Pelayanan

Kotler dan Keller (2009:144) menjelaskan bahwa kualitas merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh seorang penjual kepada pembeli konsumennya demi memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Adapun dimensi kualitas pelayanan menurut Cavana dan Corbet (2005) dalam Samuel dan Wijaya (2009), yaitu: a) *assurance*, b) *emphaty*, c)

reliability, d) responsiveness, e) tangible, f) comfort, g) connection, h) convenience.

d. *Customer Experience*

Pengalaman dapat terjadi sebagai hasil dari menghadapi dan menjalani suatu situasi yang dipicu melalui rangsangan pada panca indra, perasaan dan pikiran yang diakibatkan oleh interaksi konsumen. Sehingga dalam mengukur *customer experience* menggunakan teori dari Schmitt (1999), yaitu: a) *sense*, b) *feel*, c) *think*, d) *act*, e) *relate*.

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna Kereta Api jarak jauh di Stasiun Kebumen.
2. Untuk mengetahui pengaruh *customer experience* terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna Kereta Api jarak jauh di Stasiun Kebumen.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna Kereta Api jarak jauh di Stasiun Kebumen.
4. Untuk mengetahui pengaruh *customer experience* terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna Kereta Api jarak jauh di Stasiun Kebumen.
5. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna Kereta Api jarak jauh di Stasiun Kebumen.
6. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi pada pengguna Kereta Api jarak jauh di Stasiun Kebumen.

7. Untuk mengetahui pengaruh *customer experience* terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi pada pengguna Kereta Api jarak jauh di Stasiun Kebumen.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Manfaat Teoritis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini adalah kesempatan yang sangat bermanfaat untuk menambah pengetahuan, pengalaman sebagai media untuk belajar memecahkan masalah dengan mengaplikasikan teori-teori yang dipelajari di bangku kuliah. Khususnya tentang kualitas pelayanan, *customer experience*, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan.

b. Bagi pihak lain

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai bahan referensi, bahan pertimbangan, serta sebagai tambahan pengetahuan dalam bidang pemasaran khususnya tentang loyalitas pelanggan pada perusahaan jasa transportasi.

1.5.2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan gambaran mengenai loyalitas pelanggan dan sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan dalam suatu perusahaan.