# BAB I

# PENDAHULUAN

## 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

### 1.1.1 Profil Perusahaan

PT Bhinneka Sangkuriang Transport merupakan perusahaan jasa transportasi yang melayani angkutan antarkota dan antarprovinsi yang berdomisili di Kota Cirebon, Bandung, Bekasi dan Sukabumi. Sejarah perusahaan dimulai pada tahun 1972 dengan nama P.O. Bhinneka di Cirebon, kemudian berkembang dengan mendirikan P.O. Sangkuriang di Bandung pada tahun 1989, yang merupakan subsidi dari P.O. Bhinneka. Hingga pada tahun 2012, bertransformasi menjadi PT Bhinneka Sangkuriang Transport. Selama lebih dari 30 tahun, Perusahaan ini telah melayani ribuan pelanggan dengan menyediakan layanan transportasi shuttle dan bus antarkota yang aman, nyaman, dan terjangkau. (Jobstreet, 2025).

**Gambar 1. 1 Logo Perusahaan**

Sumber*: https://linktr.ee/bhisa*

Bhinneka Sangkuriang berkomitmen untuk memberikan pengalaman perjalanan yang berkualitas melalui peningkatan armada dan pengembangan fasilitas yang lebih modern, seperti kursi yang nyaman, layanan tiket online, dan peningkatan aspek keselamatan. Hal ini terbukti dengan adanya lebih dari 10.000 pelanggan yang terdaftar sebagai anggota, dan jumlah ini terus meningkat seiring waktu (Jobstreet, 2025). Perusahaan ini selalu berinovasi dan berusaha meningkatkan mutu dan kualitas dari produk-produk yang ada dan

terus mengembangkan usaha ke tingkat yang baru. PT Bhinneka Sangkuriang Transport berkomitmen untuk mendukung mobilitas masyarakat, menjadikannya salah satu pilihan utama bagi perjalanan antarkota dan antarprovinsi. Hal tersebut berkat prinsip yang selalu dipegang teguh oleh Bhinneka Shuttle, yakni "Nyaman, Aman, dan Terjangkau". (Redbus.id, 2025)

Seiring dengan kemajuan teknologi, PT Bhinneka Sangkuriang Transport juga mengintegrasikan layanan digital, memungkinkan pelanggan memesan tiket secara online melalui aplikasi dan platform pemesanan seperti Website Resmi Bhinneka Sangkuriang, Traveloka dan RedBus, yang memberikan fleksibilitas waktu dan kenyamanan dalam mengakses layanan mereka. Peningkatan transaksi di sektor bus dan travel, yang diungkapkan oleh CEO Transport Traveloka, Iko Putera, menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi dan digitalisasi telah membawa dampak positif dalam peningkatan jumlah pelanggan di industri ini (Kompas.com, 2022)

Berikut adalah layanan yang tersedia pada PT Bhinneka Sangkuriang Transport:

**Tabel 1. 1 Layanan Bhinneka Sangkuriang**

| | |
|---|---|
| Bus Reguler | Bus regular untuk perjalanan antarkota dan provinsi. Rute dan jadwal keberangkatan dapat bervariasi tergantung pada kebutuhan pasar. |
| Bus Pariwisata | Bhinneka Sangkuriang juga menyediakan layanan bus pariwisata untuk berbagai keperluan, seperti perjalanan wisata, kunjungan perusahaan, atau acara khusus lainnya. |
| Shuttle | Layanan shuttle biasanya digunakan untuk mengantar penumpang dengan kapasitas lebih sedikit dibanding bus. |
| Dump Truck | Selain transportasi penumpang, Bhinneka Sangkuriang juga menyediakan layanan angkutan barang menggunakan dump truck untuk berbagai jenis material. |
| Paket | Perusahaan ini menawarkan layanan pengiriman paket untuk berbagai jenis barang, baik dalam skala kecil maupun besar. |

| | |
|---|---|
| Open Trip | Bhinneka Sangkuriang menawarkan paket open trip yang sedang tersedia, termasuk jadwal keberangkatan, destinasi, dan harga. Dengan bergabung dengan kelompok lain yang memiliki minat wisata yang sama dan dipandu oleh pemandu wisata berpengalaman. |

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2025

### 1.1.2 Visi Misi

Visi dan misi dari PT Bhinneka Sangkuriang Tranport adalah sebagai berikut:

**Visi**

Menjadi perusahaan transportasi terkemuka di Indonesia yang terpercaya, aman, dan nyaman dalam melayani kebutuhan mobilitas masyarakat dengan inovasi layanan yang unggul.

**Misi**

1. Memberikan kepuasan pada pelanggan, mitra usaha, karyawan, dan pemegang saham.
2. Mengembangkan jasa dan sumber daya manusia yang berkualitas dan terpercaya.
3. Berupaya meningkatkan standar mutu pelayanan sebaik mungkin dan memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen.

## 1.2 Latar Belakang

Dengan bertambahnya jumlah penduduk dan semakin tingginya aktivitas sehari-hari, kebutuhan masyarakat untuk melakukan perjalanan menggunakan transportasi dari satu tempat ke tempat lain terus meningkat. Transportasi merupakan salah satu kebutuhan dasar masyarakat dalam kehidupan sehari-hari, baik untuk keperluan pribadi maupun bisnis dilansir dari Dephub.Go.Id., (2017) Di tengah dinamika mobilitas yang terus berkembang, berbagai jenis layanan transportasi hadir untuk memenuhi kebutuhan perjalanan masyarakat.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), sektor transportasi dan pergudangan berhasil tumbuh 21, 27 persen pada triwulan II-2022, Jika dibandingkan periode yang sama tahun lalu. Salah satu bentuk transportasi yang populer adalah layanan shuttle. Shuttle merupakan moda transportasi yang menghubungkan titik-titik tertentu secara reguler dan biasanya digunakan untuk rute-rute jarak menengah, seperti antarkota, seperti yang dikutip dari (Kumparan.com, 2023)

Menurut informasi dari (Patinews.com, 2023) Layanan shuttle menjadi pilihan yang menarik bagi banyak orang karena beberapa alasan. Pertama, shuttle menawarkan fleksibilitas dalam jadwal keberangkatan, yang memungkinkan penumpang untuk merencanakan perjalanan mereka dengan lebih baik. Kedua, dengan kapasitas penumpang yang lebih kecil dibandingkan bus umum, shuttle dapat memberikan pengalaman perjalanan yang lebih nyaman dan cepat. Selain itu, layanan ini seringkali dilengkapi dengan fasilitas yang mendukung kenyamanan, seperti kursi yang nyaman dan layanan pelanggan yang responsif. Kemudahan pemesanan tiket secara online juga menjadi faktor penting, memungkinkan pelanggan untuk memesan tiket kapan saja dan di mana saja, tanpa harus mengantri di loket. Pernyataan ini diperkuat oleh Candiwan & Wibisono (2021) yang mengungkapkan kualitas layanan pada website menjadi faktor utama yang memengaruhi loyalitas pelanggan, di mana kepuasan pelanggan berfungsi sebagai variabel mediasi.

Di kota bandung terdapat berbagai penyedia layanan shuttle dengan keunggulan dan kelemahan masing-masing. Berikut adalah daftar beberapa layanan shuttle yang tersedia:

**Tabel 1. 2 Daftar Shuttle Di Bandung**

| No | Travel | Kualitas | Harga | Kepuasan |
|---|---|---|---|---|
| 1 | Bhinneka Sangkuriang Transport | Bhinneka menawarkan layanan standar dengan fasilitas seperti AC, kursi reclining dan yang | Berkisar antara RP. 89.900 hingga Rp150.000 untuk | Cukup baik, namun masalah ketepatan waktu |

| No | Travel | Kualitas | Harga | Kepuasan |
|---|---|---|---|---|
| | | standar, dan pemesanan online. (bhisa.id) Namun ada beberapa keluhan terkait keterlambatan dan kondisi armada saat periode ramai | rute bandung-jakarta (redbus.id) | memengaruhi kepuasan beberapa pelanggan (Google Review) |
| 2 | Lintas Shuttle | Memiliki fasilitas AC, charger dibeberapa armada, kursi yang nyaman (mylintas.co.id) namun terkait transit armada menjadi kendala | Berkisar Rp90.000-Rp195.000, (tiketux.com) | Baik, terutama bagi pelanggan yang mengutakan kenyamanan selama (Google Review) |
| 3 | Daytrans | Daytrans menyediakan kenyamanan dengan kursi reclining, AC, dan audio (daytrans.co.id) Layanan ini memiliki reputasi yang baik karena ketepatan waktu keberangkatan | Mulai dari Rp80.000 – Rp150.000 tergantung kelas dan jadwal. (redbus.id) | Sangat baik, terutama bagi pelanggan yang mengutakan kenyamanan selama perjalanan dan ketepatan waktu (Google Review) |
| 4 | Baraya Travel | Baraya menawarkan layanan ekonomis dengan fasilitas kursi reclining, AC, USB Slot dan kursi konsumen lebih banyak (baraya-travel.com) | Berkisar RP64.999 – Rp113.000, tergolong ekonomis (redbus.id) | Baik, terutama untuk pelanggan yang mengutakan harga terjangkau dibanding kenyamanan (Google Review) |

| No | Travel | Kualitas | Harga | Kepuasan |
|---|---|---|---|---|
| 5 | Jackal Holidays | Menawarkan layanan premium, armada terawatt dengan capten seat, USB Slot, AC, dan lokasi keberangkatan yang strategis (shuttle.jackalholidays.com) | Mulai dari 95.000 – 185.000, lebih tinggi untuk layanan premium (redbus.id) | Sangat baik, terutama bagi pelanggan yang mengutamakan kenyamanan (Google Review) |
| 6 | Cititrans | Terkenal dengan armada yang nyaman. Layanan ini memiliki banyak pilihan waktu keberangkatan dan lokasi yang strategis (cititrans.co.id) | Mulai dari Rp120.000 – Rp150.000 (redbus.id) | Baik, terutama bagi pelanggan yang mengutamakan kenyamanan dan kenyamanan (cititrans.co.id) |
| 7 | Aragon Shuttle | Layanan captain seat, reservasi dan pembayaran secara tunai & online, maupun credit & debit card, lokasi strategis, AC, tersedia shuttle dan travel (aragontrans.com) | Berkisar Rp100.000 – Rp150.000 (redbus.id) | Baik, terutama bagi pelanggan yang mengutakan kenyamanan (Google Review) |
| 8 | MGo Shuttle (Cipaganti) | Jadwal yang fleksibel, kapasitas 7-12 penumpang. Dilengkapi dengan AC, kursi reclining, dan fasilitas lainnya (kumparan.com) | Dimulai Rp150.000/orang (redbus.id) | Baik, terutama bagi pelanggan yang mengutakan kenyamanan (Google Review) |
| 9 | Arnes Shuttle | Armad dengan tipe Hi-Ace Shuttle Reguler. Fasilitas mencakup AC, reclining seat,WI-FI gratis (tiket.com) | Berkisar Rp50.000 – Rp150.000 (redbus.id) | Baik, terutama bagi pelanggan yang mengutakan |

| No | Travel | Kualitas | Harga | Kepuasan |
|---|---|---|---|---|
| | | | | kenyamanan dan harga (tiket.com) |
| 10 | Xtrans Shuttle | Fasilitas dengan armada yang nyaman, AC, cup holder, charging point, tempat duduk nyaman (redbus.id) | Dimulai Rp90.000 – Rp150.000 (redbus.id) | Baik, terutama bagi pelanggan yang mengutakan kenyamanan (Google Review) |

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2025

Berdasarkan Tabel 1.2 terdapat berbagai penyedia layanan shuttle di kota Bandung yang menawarkan beragam fasilitas, harga, dan tingkat kepuasan pelanggan. Setiap layanan memiliki keunggulan tersendiri, seperti kenyamanan armada, ketepatan waktu, hingga harga yang lebih ekonomis. Beberapa shuttle seperti Daytrans dan Jackal Holidays dikenal dengan kenyamanan premium serta ketepatan waktu, sementara Baraya Travel menawarkan harga yang lebih terjangkau bagi pelanggan yang mengutamakan aspek ekonomis. Faktor harga dan kualitas layanan menjadi pertimbangan utama dalam memilih shuttle, terutama bagi pelanggan yang sering bepergian.

Meskipun terdapat berbagai pilihan yang kompetitif, peneliti memilih PT Bhinneka Sangkuriang Transport untuk diteliti, Bhinneka Sangkuriang (bhisa.id) sebuah perusahaan penyedia layanan shuttle yang beroperasi di berbagai rute antarkota dan provinsi yang memiliki empat cabang yang terletak di Kota Bandung yaitu Bhinneka Sangkuriang Buah Batu, Mekar Wangi, Pasteur, dan Dipatiukur. Mengingat dinamika persaingan yang semakin ketat, terutama dengan kemajuan teknologi digital, perusahaan harus selalu siap untuk berinovasi dan beradaptasi.

Menurut (Berijalan.co.id, 2024) Mempertahankan loyalitas pelanggan menjadi tantangan tersendiri bagi perusahaan, terutama ketika pelanggan memiliki

akses mudah untuk membandingkan harga dan kualitas layanan dari penyedia lain. Bahkan didukung dengan penelitian yang dilakukan Gusfei & Pradana (2022) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan merupakan kunci keberhasilan dan keunggulan dalam persaingan bisnis yang tidak hanya memberikan dampak dalam waktu dekat, tetapi juga membawa manfaat dalam jangka waktu yang lebih panjang.

Loyalitas pelanggan menjadi fenomena yang penting untuk diperhatikan dalam industri transportasi shuttle. Menurut teori perilaku konsumen, loyalitas terbentuk melalui akumulasi pengalaman positif berdasarkan harapan, persepsi, dan pengalaman konsumen terhadap produk atau layanan. Ketika kualitas layanan dan harga yang ditawarkan mampu memenuhi atau melampaui harapan konsumen, maka akan muncul kepuasan yang berujung pada terbentuknya loyalitas.

Fenomena ini semakin relevan dengan kenyataan di lapangan, terdapat beberapa penelitian dan laporan industri menunjukkan bahwa mempertahankan pelanggan setia jauh lebih ekonomis dibandingkan menarik pelanggan baru. Loyalitas pelanggan tidak hanya berdampak pada pembelian ulang (*repeat purchase*), tetapi juga mendorong tanggapan positif (*positive feedback*) terhadap perusahaan dan meningkatkan kemungkinan pelanggan untuk merekomendasikan layanan kepada orang lain (*word of mouth recommendation*). Dengan loyalitas pelanggan yang tinggi, perusahaan tidak hanya dapat memperkuat posisinya di pasar, tetapi juga meningkatkan pertumbuhan jangka panjang secara berkelanjutan.

Namun, di tengah era globalisasi yang ditandai dengan semakin ketatnya persaingan bisnis, perusahaan dituntut untuk menjadikan pelanggan sebagai pusat perhatian utama. Hal ini dapat dilakukan dengan menjaga loyalitas pelanggan yang telah ada serta menarik pelanggan baru. Salah satu strategi efektif untuk mempertahankan pelanggan adalah program loyalitas, hal ini berupa program poin, diskon eksklusif, atau hadiah khusus bagi pelanggan setia dikutip dari Barantum.com (2024) Penelitian Dastane & Fook (2021) menegaskan bahwa program loyalitas dapat membangun hubungan berkelanjutan antara pelanggan dan

perusahaan, yang berakhir mendorong loyalitas dan meningkatkan daya saing bisnis di pasar yang kompetitif.

Menurut Sangadji & Sopiah (2013) menjelaskan loyalitas pelanggan mencerminkan tingkat komitmen pelanggan terhadap sebuah merek, toko, atau penyedia layanan, ditunjukkan melalui sikap positif serta perilaku pembelian ulang secara konsisten. Loyalitas pelanggan yang tinggi tidak hanya mendorong pembelian berulang, namun juga dapat menciptakan word of mouth yang positif, di mana pelanggan dengan tingkat kepuasan tinggi cenderung memberikan rekomendasi terhadap produk atau layanan kepada orang lain. Menurut Saipuloh & Surono (2023) mempertahankan pelanggan yang loyal dapat berkontribusi secara signifikan terhadap kelangsungan hidup perusahaan serta meningkatkan kinerja finansialnya.

Salah satu faktor kunci yang dapat memengaruhi loyalitas pelanggan adalah kualitas layanan. Kualitas layanan akan memenuhi harapan pelanggan, menciptakan pengalaman yang menyenangkan dan konsisten, sehingga pelanggan merasa puas dan cenderung menggunakan layanan tersebut kembali. Riset yang dilakukan oleh Santika et al. (2022) memperkuat temuan ini yang menyatakan kualitas layanan terdapat pengaruh positif pada kepuasan pelanggan. Yang berarti, apabila kualitas layanan yang diberikan baik, semakin besar pula dampak positif yang dirasakan pelanggan, sehingga pelanggan selalu ada kepuasan terhadap layanan tersebut.

Pada industri transportasi, kualitas layanan meliputi berbagai aspek seperti ketepatan waktu, kenyamanan selama perjalanan, kemudahan dalam melakukan pemesanan tiket, hingga responsivitas dalam menangani keluhan pelanggan. PT Bhinneka Sangkuriang Transport telah melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan kualitas layanan, termasuk mengadopsi teknologi digital untuk memudahkan pemesanan tiket. Namun, berdasarkan beberapa ulasan pelanggan di platform seperti Google Review (2024) terdapat keluhan yang menyebutkan bahwa layanan sering kali mengalami keterlambatan, serta fasilitas yang tidak selalu

memenuhi harapan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun kualitas layanan sudah ditingkatkan, beberapa aspek masih memerlukan perbaikan agar dapat lebih memuaskan pelanggan dan menjaga loyalitas mereka.

**Gambar 1. 2 Keluhan pelanggan pengguna shuttle**

Sumber*: (Google Review, 2024)*

Berdasarkan Gambar 1.2 Untuk tetap bersaing di tengah persaingan pasar yang semakin ketat, PT Bhinneka Sangkuriang Transport perlu memberikan perhatian lebih pada upaya peningkatan kualitas layanan. Salah satu langkah penting adalah memastikan ketepatan waktu keberangkatan serta meningkatkan fasilitas yang menunjang kenyamanan perjalanan pelanggan. Tanggapan yang cepat dan solusi yang efektif terhadap keluhan pelanggan juga menjadi sangat penting dalam menjaga kepercayaan pelanggan sekaligus membangun loyalitas yang berkelanjutan. Melalui pemberian pengalaman yang positif kepada pelanggan, perusahaan dapat mendorong terjadinya penggunaan layanan secara berkelanjutan serta meningkatkan kemungkinan pelanggan untuk merekomendasikan layanan tersebut kepada pihak lain.

Temuan Venkatakrishnan et al. (2023) menjelaskan bahwa kualitas layanan terdapat pengaruh positif signifikan pada loyalitas pelanggan, yang menunjukkan kualitas layanan yang diberikan baik, akan semakin besar pada peningkatan loyalitas pelanggan. Hal tersebut juga didukung oleh Liu (2024) menunjukkan kualitas layanan terbukti secara signifikan mampu meningkatkan loyalitas pelanggan, yang mengindikasikan bahwa semakin unggul layanan yang didapati, pelanggan juga akan lebih cenderung untuk tetap setia menggunakan layanan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa konsistensi dalam memberikan pengalaman

layanan yang positif mampu mempererat hubungan antara pelanggan dan perusahaan, meningkatkan tingkat kepuasan, serta mendorong terciptanya loyalitas pelanggan dalam jangka panjang. Namun, menurut Supriyanto et al. (2021) kualitas layanan tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dapat disimpulkan meskipun layanan yang diberikan memenuhi standar yang baik, hal tersebut tidak serta-merta menjamin loyalitas nasabah. Faktor lain, seperti harga, kepuasan, atau program loyalitas, mungkin memiliki peran yang lebih besar dalam mempengaruhi keputusan nasabah untuk terus menggunakan layanan atau beralih ke layanan pesaing. Selaras dengan hasil penelitian Sholikhah & Hadita (2023) Menyatakan temuan yang serupa, yaitu variabel kualitas layanan tidak menunjukkan pengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini berarti bahwa meskipun kualitas layanan baik, faktor lain yang berperan tetap diperlukan untuk memastikan pelanggan tetap setia.

Selain kualitas layanan, harga juga merupakan faktor penting yang mempengaruhi keputusan pelanggan. Harga merupakan elemen dalam bauran pemasaran yang dapat menghasilkan pendapatan atau pemasukan bagi perusahaan menurut Fikriansyah & Syahputra (2024) Dengan banyaknya persaingan bisnis, pelanggan sering kali membandingkan harga antar penyedia layanan, terutama dengan adanya platform digital yang memudahkan mereka untuk melakukan perbandingan harga. Meskipun layanan shuttle yang ditawarkan cukup kompetitif, beberapa pelanggan merasa bahwa harga yang meraka bayarkan tidak sebanding dengan kualitas yang diterima, terutama jika ada masalah seperti keterlambatan atau ketidaknyamanan selama perjalanan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan perlu melakukan penyesuaian harga atau peningkatan kualitas layanan agar pelanggan merasa bahwa mereka mendapatkan nilai yang sesuai dengan uang yang dikeluarkan. Jika harga tidak sebanding dengan kualitas layanan yang diberikan, pelanggan tidak mendapatkan kepuasan sehingga tidak menjadi loyal dan berpindah ke penyedia lain yang menawarkan harga lebih terjangkau atau kualitas yang lebih baik.

Masalah di atas sejalan dengan hasil penelitian oleh Hudin et al. (2024) menyatakan bahwa harga memiliki pengaruh negatif terhadap loyalitas pelanggan, yang berarti apabila pelanggan merasa bahwa harga yang ditawarkan tidak sebanding dengan kualitas layanan yang mereka terima, mereka lebih cenderung beralih ke penyedia lain yang menawarkan harga lebih terjangkau atau nilai yang lebih baik. Dengan demikian, perusahaan perlu memastikan bahwa harga yang ditetapkan sesuai dengan ekspektasi dan pengalaman pelanggan agar dapat mempertahankan loyalitas mereka. Namun bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fachreza & Widayanto (2020) menyatakan bahwa harga memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, yang berarti pelanggan cenderung lebih loyal kepada penyedia layanan yang menawarkan harga yang kompetitif atau sesuai dengan kualitas yang diterima. Temuan lain mengungkapkan bahwa harga secara signifikan mempengaruhi keinginan konsumen untuk melakukan pembelian Zhao et al. (2021) Selain itu, menurut Hutama & Ekawati (2020) harga terdapat pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan berarti ketika pelanggan menganggap jika harga yang dibayar pelanggan dinilai wajar dan sepadan dengan manfaat yang diperoleh, dengan itu timbul rasa kepuasan atau kepuasaan pelanggan yang dapat menimbulkan loyalitas pelanggan.

Menurut Gusfei & Pradana (2022) kepuasan pelanggan merujuk pada perasaan puas atau kecewa yang muncul setelah membandingkan performa produk yang diinginkan. Menurut Saputri et al. (2024) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan menciptakan dorongan untuk melakukan pembelian ulang dan menghindari mencari atau mencoba layanan lain. Hal ini juga didukung Akbar & Permatasari (2024) menunjukkan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifkan terhadap loyalitas pelanggan, yang berarti loyalitas merupakan hasil dari kepuasan yang berkelanjutan dan menjadi faktor kunci yang memungkinkan perusahaan untuk tetap kompetitif dalam jangka panjang. Selain itu, Thungasal (2019) menyatakan kepuasan pelanggan terdapat pengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan, yang berarti menekankan pentingnya loyalitas pelanggan,

karena pelanggan yang puas akan cenderung untuk Kembali menggunakan layanan. Namun, jika kepuasan tidak tercapai, loyalitas pelanggan akan menurun dan mereka kemungkinan akan memilih penyedia layanan lain yang menawarkan kepuasan lebih tinggi menurut Hikaru et al. (2021)

Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan akan semakin kuat ketika kepuasan pelanggan berperan sebagai variabel mediasi. Temuan dari Safitri & Hayati (2022) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan memiliki peran penting dalam memediasi hubungan antara kualitas layanan, harga dan loyalitas pelanggan. Dengan kata lain, jika pelanggan mereka puas pada kualitas layanan yang diberikan dan menganggap harga yang dibayar sebanding dengan layanan tersebut, mereka cenderung akan tetap loyal terhadap perusahaan. Penelitian yang dilakukan Trilitami & Nurhasanah (2023) menemukan bahwa kualitas layanan yang baik dan harga yang kompetitif dapat memperkuat loyalitas pelanggan, terutama ketika diiringi dengan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi. Hal ini sesuai dengan temuan penelitian Arnas & Wiyadi (2024) dimana kepuasan pelanggan berperan sebagai mediator antara kualitas layanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan. Namun bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Asri & Dwiayanto (2022) menyatakan bahwa tidak dapat dibuktikan adanya hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan. Dengan kata lain, kepuasan pelanggan tidak berfungsi sebagai mediator dalam hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas pelanggan. Meskipun kualitas layanan baik, hal itu tidak serta-merta meningkatkan loyalitas pelanggan melalui kepuasan.

PT Bhinneka Sangkuriang Transport dipilih sebagai objek penelitian karena perannya yang signifikan sebagai penyedia layanan transportasi, khususnya untuk memenuhi kebutuhan perjalanan masyarakat di kota Bandung. Sebagai salah satu merek di industri shuttle, PT Bhinneka Sangkuriang Transport menghadapi tantangan persaingan yang semakin kompleks. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang terarah untuk memastikan perusahaan mampu mempertahankan serta

meningkatkan loyalitas pelanggannya. Peningkatan kualitas layanan, termasuk ketepatan jadwal keberangkatan, dan kenyamanan fasilitas yang tidak selalu memenuhi harapan pelanggan menjadi isu yang relevan dan menarik untuk diteliti, karena secara langsung memengaruhi tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai upaya dalam meningkatkan kualitas layanan dan penyesuaian harga guna mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah persaingan yang semakin sengit, serta meninjau apakah kepuasan pelanggan dapat memperkuat hubungan tersebut. Sehingga penelitian ini berjudul "**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PT BHINNEKA SANGKURIANG TRANSPORT**".

## 1.3 Rumusan Masalah

Merujuk pada penjelasan latar belakang yang telah disampaikan, berikut adalah rumusan masalah yang ada pada penelitian ini:

1. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan PT Bhinneka Sangkuriang Transport?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan PT Bhinneka Sangkuriang Transport?
3. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan PT Bhinneka Sangkuriang Transport?
4. Bagaimana pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan PT Bhinneka Sangkuriang Transport?
5. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan PT Bhinneka Sangkuriang Transport?
6. Apakah kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas pelanggan?

7. Apakah kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara harga dan loyalitas pelanggan?

## 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah:

1. Menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di PT Bhinneka Sangkuriang Transport.
2. Menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di PT Bhinneka Sangkuriang Transport.
3. Menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan di PT Bhinneka Sangkuriang Transport.
4. Menganalisis pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan di PT Bhinneka Sangkuriang Transport.
5. Menganalisis pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan di PT Bhinneka Sangkuriang Transport.
6. Mengetahui apakah kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan di PT Bhinneka Sangkuriang Transport.
7. Mengetahui apakah kepuasan pelanggan memediasi pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan di PT Bhinneka Sangkuriang Transport.

## 1.5 Manfaat Penelitian

1. **Manfaat Teoritis**

   Penelitian ini memiliki harapan untuk memberikan kontribusi dalam proses pengembangan literatur akademik terkait pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan, serta menggali peran yang dimainkan oleh kepuasan pelanggan dalam hubungan tersebut.

2. **Manfaat Praktis**

   Bagi PT Bhinneka Sangkuriang Transport: Hasil penelitian ini diharapkan sebagai acuan bagi manajemen perusahaan dalam meningkatkan kualitas

layanan dan menyesuaikan harga agar sesuai dengan harapan pelanggan, sehingga dapat mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah persaingan.

Bagi industri transportasi: Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi perusahaan lain dalam merumuskan strategi peningkatan layanan dan penetapan harga yang sesuai dengan kebutuhan dan ekspektasi pelanggan.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam skripsi ini terbagi dalam beberapa bab yang dijelaskan sebagai berikut:

**BAB 1 Pendahuluan**

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan. Bab ini bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai topik yang diteliti dan alasan di balik penelitian ini.

**BAB 2 Tinjauan Pustaka**

Bab ini membahas tinjauan teori yang berkaitan dengan penelitian, mencakup konsep mengenai kualitas layanan, harga, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan. Selain itu, bab ini juga memuat ulasan terhadap penelitian-penelitian sebelumnya yang relevan, serta menyajikan kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis penelitian.

**BAB 3 Metode Penelitian**

Bab ini menguraikan metode yang diterapkan dalam penelitian, mencakup jenis dan pendekatan penelitian, lokasi serta waktu penelitian, populasi dan sampel yang diteliti, metode pengumpulan data, serta teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah.

**BAB 4 Hasil dan Pembahasan**

Bab ini menyajikan hasil penelitian yang diperoleh dari pengolahan data, serta analisis terhadap hasil tersebut. Bab ini juga membahas hubungan antara hasil penelitian dengan teori dan penelitian terdahulu, serta menjawab rumusan masalah yang telah diajukan.

**BAB 5 Kesimpulan dan Saran**

Bab ini berisi kesimpulan yang diambil dari hasil penelitian serta memberikan saran-saran yang relevan untuk pihak-pihak terkait, seperti PT Bhinneka Sangkuriang Transport dan peneliti selanjutnya. Saran ditujukan untuk memperbaiki kualitas layanan, harga, dan kepuasan pelanggan guna meningkatkan loyalitas.