

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman yang semakin maju saat ini menyebabkan pertumbuhan ilmu pengetahuan, teknologi, bisnis dan sistem perekonomian yang begitu pesat. Saat ini beragam bisnis jasa banyak dijumpai dalam kehidupan sehari-hari, salah satunya adalah perusahaan jasa transportasi. Transportasi adalah kegiatan pemindahan barang (muatan) dan penumpang dari suatu tempat ke tempat lain. Transportasi merupakan salah satu fasilitas bagi suatu daerah untuk maju dan berkembang. Karena adanya transportasi dapat meningkatkan aksesibilitas atau sebagai penghubung antara daerah satu dengan daerah yanglainya (Andriansyah, 2015).

Jasa transportasi merupakan salah satu sektor yang tidak dapat diabaikan pengaruhnya dalam pembangunan, terutama dalam bidang ekonomi, karena pembangunan ekonomi membutuhkan jasa angkut yang cukup serta memadai. Pengangkutan merupakan pendukung pergerakan manusia untuk melintasi ruang dan waktu di permukaan bumi ini, dimana kondisi permukaan bumi yang berbeda-beda karena faktor-faktor geografi sehingga dapat menjadi faktor pembatas satu daerah dengan daerah lainnya. Untuk menghubungkan dan mengurangi perbedaan tersebut dibutuhkan satu faktor lain yang menjembatani keterbatasan ruang gerak manusia yaitu transportasi. Untuk mendukung transportasi dibutuhkan alat angkut berupa kendaraan, sehingga perusahaan otomotif dapat memproduksi berbagai jenis kendaraan (Andriansyah, 2015). Transportasi sangat penting dan strategis dalam menunjang berkembangnya dan keberlangsungan roda perekonomian, memperkuat persatuan dan kesatuan serta mempengaruhi semua aspek kehidupan bangsa dan negara.

Banyaknya jenis jasa transportasi menyebabkan para konsumen berperilaku selektif dalam memilih produk yang sesuai kebutuhan dan dengan kualitas yang terbaik. Setiap konsumen mempunyai sikap dan perilaku yang berbeda-beda terhadap suatu produk. Dalam perilaku keputusan konsumen bukan berakhir pada

pembelian, namun berlanjut hingga pembelian tersebut menjadi pengalaman bagi konsumen dalam menggunakan produk yang dibeli. Suatu pengalaman akan menjadi bahan pertimbangan untuk perilaku pengambilan keputusan dalam pembelian di masa depan. Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi dari keputusan pembelian dalam bidang jasa transportasi diantaranya adalah kualitas pelayanan, promosi dan tarif. Dari suatu kualitas pelayanan dan harga akan berpengaruh positif pada keputusan pembelian yang secara langsung akan mempengaruhi dari pendapatan perusahaan (Rachman, 2017), serta terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara promosi terhadap keputusan pembelian (Syaleh, 2017)

Faktor yang mempengaruhi tahaapan dalam proses pembelian yang dilakukan oleh penumpang adalah pelayanan yang berkualitas. Konsumen merasa mendapatkan kepuasan maka akan tercipta pembelian kembali. Apabila kualitas pelayanan yang diterima oleh konsumen lebih baik atau sama dengan yang dibayangkan, maka konsumen cenderung akan mencoba kembali. Akan tetapi, bila pelayan yang diterima lebih rendah dari layanan yang diharapkan, maka konsumen akan kecewa dan akan menghentikan hubungannya dengan perusahaan yang bersangkutan. Konsumen akan beralih ke penyedia jasa lain yang lebih mampu memahami kebutuhan spesifik konsumen dan memberikan pelayanan yang lebih baik, bahkan lebih buruknya konsumen akan menyebarkan word of mouth negatif (Lupiyoadi, 2013).

Promosi adalah salah satu faktor yang mempengaruhi dalam keputusan pembelian. Promosi adalah kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat produk dan sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan kebutuhan (Lupiyoadi (2013). Dalam kegiatan promosi tersebut perusahaan akan mengenalkan produknya kepada masyarakat luas dengan tujuan menarik dan meyakinkan kepada para konsumen yang membutuhkan untuk memakai produk dari perusahaan tersebut.

Penetapan tarif atau harga yang tepat sesuai dengan pelayanan dan kinerja yang ditawarkan oleh perusahaan dapat menciptakan kepuasan konsumen,

konsumen yang merasa puas dapat tercipta loyalitas konsumen. Harga berperan penting secara makro (bagi perekonomian secara umum) dan secara mikro (bagi konsumen dan perusahaan). Bagi perekonomian, harga dapat mempengaruhi tingkat upah, sewa, bunga, dan lainlain; bagi konsumen, harga dapat menjadi salah satu pertimbangan dalam membuat keputusan pembelian. Sedangkan bagi perusahaan, harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang mendatangkan pendapatan. Harga memiliki pengaruh yang besar terhadap konsumen untuk membeli. Setiap konsumen membutuhkan lebih banyak bentuk diskon atau potongan harga dan paket barang dengan harga yang murah (Rajput, et.al. 2012). Harga dilihat dari sudut pandang konsumen, sering kali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa.

Perusahaan otobus adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa transportasi penumpang, dimana perusahaan tersebut menggunakan bus sebagai alat transportasi. Banyak perusahaan otobus mengalami penurunan jumlah penumpang karena minat konsumen terhadap transportasi bus sendiri yang semakin berkurang. Dalam 5 tahun terakhir, jumlah penumpang transportasi bus selama mudik lebaran mengalami penurunan yang signifikan. Pada tahun 2014 jumlah pemudik yang menggunakan bus sebanyak 2,7 juta orang, turun 11,6 % dibandingkan tahun 2013 yaitu 3,06 juta orang. Tren mudik gratis pada alternatif transportasi lain akan membuat jumlah pemudik yang menggunakan bus semakin menurun. Pada tahun 2015 jumlah penumpang bus 4,7 juta orang, mengalami penurunan pada tahun 2016 menjadi 4,42 juta orang. Penurunan ini terus berlanjut pada tahun 2017 dengan jumlah 4,24 juta orang, dan pada tahun 2018 kemungkinan akan tetap mengalami penurunan sebesar 0,49 % atau sebesar 4,22 juta orang. Ada beberapa faktor yang menyebabkan penurunan penumpang bus, salah satunya semakin membaiknya layanan kereta api, tetapi tidak ada perbaikan layanan yang signifikan pada transportasi bus. (dikutp dari Kompas.com, 2018)

Setiap perusahaan otobus akan menerapkan strategi bisnisnya untuk lebih berinovasi agar dapat memenuhi target pasar. Salah satunya adalah PO. Puspa Jaya adalah perusahaan otobus berpusat di Lampung dengan 70 armada bus. PO.

Puspa Jaya sendiri menjadi penyedia jasa transportasi bagi masyarakat luas dengan trayek seluruh jurusan Provinsi Lampung dan antar lintas Sumatra, Jawa, dan Bali. PO. Puspa Jaya akan selalu berupaya untuk meningkatkan daya tarik masyarakat untuk menggunakan jasa transportasinya, dengan memaksimalkan efisiensi dan meningkatkan pelayanan pada pengguna jasa.

PO. Puspa Jaya telah memberikan layanan jasa transportasi sejak tahun 1980, seiring permintaan pasar pada tahun 2000, PO. Puspa Jaya menambah kelas eksekutif untuk trayek Lampung, Yogyakarta, Solo dan Wonogiri. Jumlah penumpang pada bus eksekutif Yogyakarta-Lampung empat bulan terakhir pada tahun 2019 Bulan Januari 841 penumpang, Februari 736 Penumpang, Maret 839 penumpang dan April 780 penumpang, dengan harga tiket Rp. 360.000 pada hari biasa. Dari data tersebut terdapat penurunan jumlah penumpang pada setiap bulanya, hendaknya dari pihak pemasaran harus dapat membaca setiap perilaku konsumen. Perilaku konsumen adalah studi tentang proses pengambilan keputusan oleh konsumen dalam memilih, membeli, memakai, serta memanfaatkan produk, jasa, gagasan atau pengalaman dalam rangka memuaskan kebutuhan dan hasrat mereka (Rangkuti, 2009).

Berdasarkan uraian dan kasus diatas maka penyusun tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS FAKTOR KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI, DAN TARIF TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET BUS YOGYAKARTA-LAMPUNG (STUDI KASUS PENUMPANG BUS EKSEKUTIF PO. PUSPA JAYA)”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan beberapa uraian yang mempengaruhi faktor dari keputusan pembelian agar sasaran dalam penelitian ini tercapai, penyusun membatasi ruang lingkup perumusan permasalahan yaitu :

- a. Apakah faktor kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket bus pada PO. Puspa Jaya jurusan Yogyakarta-Lampung?
- b. Apakah faktor promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket bus pada PO. Puspa Jaya jurusan Yogyakarta-Lampung?
- c. Apakah faktor tarif berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket bus pada PO. Puspa Jaya jurusan Yogyakarta-Lampung?
- d. Apakah faktor kualitas pelayanan, promosi, dan tarif sama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket bus pada PO. Puspa Jaya jurusan Yogyakarta-Lampung?

1.3. Tujuan dan Kegunaan

1.3.1. Tujuan

Adapun tujuan penyusun yang ingin di capai dalam melakukan penelitian adalah :

- a. Untuk mengetahui apakah faktor kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket bus pada PO. Puspa Jaya jurusan Yogyakarta-Lampung.
- b. Untuk mengetahui apakah faktor promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket bus pada PO. Puspa Jaya jurusan Yogyakarta-Lampung.
- c. Untuk mengetahui apakah faktor tarif berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket bus pada PO. Puspa Jaya jurusan Yogyakarta-Lampung.
- d. Untuk mengetahui apakah faktor kualitas pelayanan, promosi, dan tarif sama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket bus pada PO. Puspa Jaya jurusan Yogyakarta-Lampung.

1.3.2. Kegunaan

Adapun manfaat dari penelitian adalah sebagai berikut :

a. Bagi Penulis

Kegunaan bagi peneliti adalah untuk membandingkan teori-teori yang didapat pada bangku kuliah dengan kenyataan yang ada serta diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pengalaman dalam bidang jasa transportasi darat pada PO. Puspa Jaya

b. Bagi Pihak UNIMAR AMNI Semarang

Dapat digunakan sebagai bahan penelitian lebih lanjut guna untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang penelitian tentang Kualitas Pelayanan, Promosi dan Tarif terhadap Keputusan Pembelian, khususnya pada PO. Puspa Jaya

c. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan memberi masukan kepada PO. Puspa Jaya untuk semakin memperbaiki dan meningkatkan jumlah konsumen yang dapat terpenuhi dari berbagai aspek yang sesuai dengan keinginan konsumen sehingga konsumen semakin berminat untuk memakai jasa transportasi bus PO. Puspa Jaya

d. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang manajemen transportasi serta dapat menjadi bahan referensi penelitian selanjutnya.

1.4. Sistematika Penulisan

Dalam sistematika ini akan penyusun jelaskan beberapa uraian isi dari proposal skripsi ini dalam setiap bab, dimulai dari bab satu (1) sampai ke bab tiga (3) adalah sebagai berikut :

BAB 1 : PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Kegunaan, Sistematika Penulisan.

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan Pustaka Kualitas Pelayanan, Promosi, Tarif, dan Keputusan Pembelian, Penelitian Terdahulu, Hipotesisi, Kerangka Pemikiran

BAB 3 : METODOLOGI PENELITIAN

Variabel Penelitian, Definisi Operasional, Penentuan Populasi dan Sampel, Jenis dan Sumber Data, Metode Pengumpulan Data, Metode Analisi, Tahapan Pelaksanaan Kegiatan Penelitian.

BAB 4 : HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Obyek penelitian, Analisis dan Pembahasan

BAB 5 : PENUTUP

Kesimpulan dan Saran