

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Transportasi merupakan sarana yang sangat penting dalam menghubungkan satu wilayah dengan wilayah yang berkaitan dengan banyak sektor terutama membantu kegiatan pengembangan perekonomian. Salah satu transportasi umum yang banyak diminati oleh masyarakat Indonesia adalah bus. Hal ini dikarenakan beberapa alasan yaitu fleksibilitas sehingga penumpang bisa memilih waktu keberangkatan, aksesibilitas yaitu dapat tiba di tempat terdekat tujuan utama penumpang dan harga tiket yang terjangkau. Selama 4 tahun terakhir menurut Kementerian Perhubungan terjadi penurunan penumpang bus sebanyak 5,97% pada tahun 2015 yang dimulai dari tahun 2012 yaitu sebesar 5.917.156 menjadi 4.918.964 dan pada tahun 2016, penurunan penumpang bus sebesar 2,7% menjadi 4,57 juta penumpang. Faktor yang menyebabkan penurunan seperti peningkatan penggunaan mobil pribadi, kereta api dan pesawat, peningkatan adanya mudik gratis oleh perusahaan hingga masalah fasilitas dan pelayanan bus yang kurang memuaskan.

Salah satu perusahaan yang melayani transportasi umum adalah PO Haryanto. PO Haryanto merupakan salah satu perusahaan otobus ternama di Indonesia dan memenangkan penghargaan Perusahaan Otobus Terbaik 2014. PO Haryanto memiliki berbagai kelas layanan yaitu Non AC, Patas AC, VIP, Eksekutif dan Super Eksekutif. Kelas bus yang banyak dipilih oleh penumpang adalah kelas Eksekutif karena dianggap memiliki fasilitas lengkap dan harga yang cukup terjangkau. PO Haryanto melayani rute dari Jakarta ke jurusan beberapa daerah di pulau Jawa. Jumlah armada PO Haryanto adalah 129 armada. Yang dibagi dalam beberapa team sesuai dengan trayeknya.

Tabel 1.1

Team dan Jumlah Armada PO Haryanto

Nama Team	Jumlah Armada
Pariwisata	28 Armada
Bojonegoro	9 Armada
Purwodadi	8 Armada
Muria Raya (Jabodetabek)	30 Armada
Madura	28 Armada
Solo	13 Armada
Cepu	2 Armada
Wonogiri	11 Armada
Jumlah	129 Armada

Sumber : PO Haryanto

Banyaknya penumpang yang berasal dari Jawa tengah untuk menuju ke Jabodetabek baik untuk berpariwisata, untuk pergi dan pulang tempat kerja dengan memilih menggunakan jasa Bus Haryanto. Selain banyak diminati banyak masyarakat karena sesuai dengan dengan kebutuhan dan fasilitas yang ditawarkan oleh Po Haryanto Jumlah armada yang digunakan untuk trayek Jakarta-Pati pun paling banyak yaitu 13 armada, Bogor 5 armada, Depok 4 armada, Tangerang 3 armada Bekasi 5 armada. Berdasarkan pengamatan awal peneliti di PO.Haryanto dalam menjalankan perusahaannya PO. Haryanto mengalami kemajuan yang sangat pesat yang ditunjukkan dengan jumlah kendaraan dan jumlah karyawannya yang banyak juga lokasinya yang strategis untuk bisnis dibidang jasa transportasi, melihat banyaknya masyarakat yang membutuhkan jasa transportasi untuk berpergian di dalam dan luar kota. Oleh sebab itu peneliti tertarik melakukan penelitian di PO.Haryanto yang bergerak dibidang transportasi.

Berikut ini daftar harga tiket dan jurusan PO Haryanto :

Tabel 1.2

Trayek dan Tarif PO Haryanto

Trayek	Tarif
Pulo Gadung-Kudus	Rp 180.000
Lebak bulus-Pati-Kudus-Pati	Rp 200.000
Tangerang-Kali Deres- Cepu	Rp 200.000
Jakarta-Pati-Kudus-Pati	Rp 190.000
Bogor-Pati-Kudus-Pati	Rp 210.000
Serang-Pati-Kudus-Pati	Rp 220.000
Jakarta-Surabaya	Rp 260.000
Jakarta-Prambanan	Rp 170.000
Jakarta-Solo	Rp 170.000
Jakarta-Bangkalan Madura	Rp 230.000
Jakarta-Madiun-Ponorogo	Rp 190.000
Jakarta-Gemolong	Rp 180.000

Sumber : PO Haryanto

Di Kudus sendiri terdapat tiga PO yang besar diantaranya PO Haryanto, Nusantara, dan Pahala Kencana dan mempunyai armada yang cukup banyak termasuk armada bus yang melalui trayek Jakarta-Pati-Kudus-Pati. Dengan fasilitas armada yang ditawarkan oleh PO pesaingnya PO Nusantara dan PO Pahala kencana Memiliki armada bus Super Executive, sedangkan PO Haryanto belum mempunyai. Dengan demikian PO Haryanto harus mengetahui kebutuhan pelangganya. Berikut perbandingan harga tiket PO Haryanto, PO Nusantara, dan PO Pahala Kencana Executive dan super executive.

Tabel 1.3

Perbandingan harga tiket PO Haryanto, PO Pahala Kencana, dan PO Nusantara Trayek Jakarta-Pati

Nama PO	Harga Tiket
PO Haryanto (executive)	Rp 190.000
PO Pahala kencana (executive)	Rp 200.000
PO Pahala kencana (super executive)	Rp 220.000
PO Nusanta (executive)	Rp 190.000
PO Nusantara (super executive)	Rp 260.000

Sumber : PO Haryanto, PO Nusantara, PO Pahala kencana

Tabel 1.3

Tabel Penjualan Tiket PO Haryanto Bulan Januari Sampai Mei 2019

Bulan	Jumlah
Januari	6.366
Febuari	7.121
Maret	6.827
April	4.509
Mei	3.467
Total	28.290

Sumber : PO Haryanto

Berdasarkan data tabel Penjualan Tiket PO Haryanto Bulan Januari sampai Mei 2019 mengalami penurunan Penjualan tiket selama 3 bulan. Hasil yang buruk dan tidak diinginkan oleh perusahaan, sehingga hal ini harus di tindak lanjuti dengan serius oleh perusahaan.

Pada dasarnya tujuan utama suatu perusahaan adalah mencari keuntungan, dalam hal ini adalah laba. Laba dapat diperoleh dari para pelanggan atau konsumen, maka munculah alasan mengapa konsumen memilih barang/jasa tertentu dalam mencapai kepuasan. Pada saat perusahaan dapat menyediakan kebutuhan yang bisa membuat para konsumen merasa puas, maka perusahaan tersebut akan lebih mudah dalam mencapai keuntungan yang diinginkan. Berkaitan dengan semakin ketatnya persaingan bisnis khususnya di bidang jasa transportasi, maka untuk dapat memenangkan persaingan sekaligus agar dapat bertahan PO. Haryanto melakukan berbagai strategi dalam menjalankan bisnisnya. Selain harga yang menjadi pertimbangan ada beberapa pertimbangan lain yang tak kalah penting antara lain yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk, perilaku konsumen dan promosi yang diberikan. Pelayanan adalah faktor penting dan utama dalam sebuah usaha dibidang jasa, di mana para

pelanggan akan merasa puas apabila mereka memperoleh pelayanan yang baik. Akan tetapi para pelanggan akan pergi apabila pelayanan yang diberikan tidaklah memuaskan. Selain itu dengan didukung fasilitas yang lengkap dan memenuhi syarat serta harga yang terjangkau, maka tentulah hal tersebut akan membuat konsumen merasa terpuaskan. Dengan adanya integrasi unsur-unsur tersebut tentu akan menjadi kunci keberhasilan perusahaan jasa untuk meningkatkan informasi, membangun kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan.

Menurut Alfi Syahri L. dan Andayani (2017) Kualitas pelayanan yaitu *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empathy*, dimensi tersebut sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kelima dimensi ini yang akan digunakan untuk mengukur tingkat kualitas layanan di suatu perusahaan. Perkembangan bisnis dalam bidang jasa khususnya inspeksi, pengujian, serta sertifikasi, saat ini terlihat semakin ketat, yang membuat para pebisnis tidak hanya memberikan pelayanan terbaik melainkan juga bersaing dari segi harga, pelayanan, lokasi, suasana, hingga kemudahan transaksi. Hal ini menunjukkan bahwa bisnis dalam bidang jasa menjadi salah satu penunjang meningkatnya perekonomian masyarakat. Sebagai salah satu wilayah yang berpotensi terhadap perkembangan bisnis, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi. Kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas, pelayanan dan harga itu adalah kunci untuk menghasikan kesetiaan pelanggan. Dengan demikian diharapkan perusahaan dapat mengetahui serta mengantisipasi secara jelas tentang apa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen, sehingga perusahaan dapat menerapkan strategi yang tepat untuk menangani keluhan pelanggan, meningkatkan layanannya secara lebih baik, serta dapat bersaing dalam segmentasi pasar yang ada, agar tujuan perusahaan tercapai dan dapat berkembang di masa mendatang.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2008) perilaku konsumen adalah secara individu mengambil keputusan untuk memanfaatkan sumber daya mereka yang tersedia (waktu, uang, usaha) guna membeli barang-barang yang berhubungan dengan konsumsi. Individu meminta suatu komoditi tertentu karena adanya kepuasan atau utilitas yang didapatkan dari mengkonsumsi komoditi tersebut konsumen mencapai maksimum kepuasan atas konsumsi sesuatu barang sebagai kombinasi dengan tingkat harga pendapatan yang dimiliki dihadapkan kepada tingkat harga barang (*normal goods*) yang berlaku untuk dikonsumsi.

Kondisi ini dinyatakan pula sebagai optimasi konsumen yang berarti bahwa seluruh pendapatan akan digunakan secara optimal, untuk mengkonsumsi barang sebagai kombinasi. Promosi merupakan Proses mengkomunikasikan variabel bauran

pemasaran (*marketing mix*) yang sangat penting untuk dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk. Kegiatan promosi dimulai dari perencanaan, implementasi dan pengendalian komunikasi untuk menjangkau target *audience* guna mendorong terciptanya transaksi, yaitu pertukaran antara perusahaan dengan *audience*. Inti dari kegiatan promosi adalah suatu bentuk kegiatan komunikasi pemasaran yang berusaha untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi, dan mengingatkan pasar sasaran agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan oleh perusahaan yang bersangkutan. Instrumen promosi terdiri dari komposisi promosi (*promotional mix*) yang mencakup *advertising, personel selling, sales promotion, public relations* dan *direct marketing*.

Keputusan pembelian merupakan sikap seseorang untuk membeli atau menggunakan suatu jasa yang telah diyakini akan memuaskan dirinya dan kesediaan menanggung resiko yang mungkin ditimbulkannya. Keputusan pembelian yang diambil oleh pembeli sebenarnya merupakan kumpulan dari sejumlah keputusan yang terorganisir (Adirama Aldi 2012). Keputusan pembelian konsumen merupakan suatu respon atau tanggapan dari pelanggan terhadap suatu perusahaan atas produk dan jasa yang dihasilkan perusahaan.

Dari Permasalahan diatas, sangat menarik untuk diteliti bagaimana masyarakat melakukan keputusan pembelian tiket PO Haryanto. dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian. Dengan demikian penulis berkeinginan untuk meneliti dan menulis skripsi dengan judul.

“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK MENGGUNAKAN JASA BUS PO HARYANTO (Studi Kasus Pada PO Haryanto Bus Eksekutive Trayek Jakarta-Pati)”.

1.2 Rumusan Masalah

Agar selalu tetap bisa bersaing dengan perusahaan transportasi yang lain PO Haryanto, perlu mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi proses keputusan pembelian oleh konsumen. Sesuai dengan masalah di atas, maka perumusan masalah dari peneliti adalah :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen bus PO Haryanto ?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen bus PO Haryanto ?
3. Apakah perilaku konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen bus PO Haryanto ?

4. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen bus PO Haryanto ?
5. Apakah kualitas pelayanan, kualitas produk, perilaku konsumen, dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen bus PO Haryanto ?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen bus PO Haryanto.
2. Untuk menganalisis pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen bus PO Haryanto.
3. Untuk menganalisis promosi terhadap keputusan pembelian konsumen bus PO Haryanto.
4. Untuk menganalisis kualitas pelayanan, kualitas produk, persepsi harga, dan promosi secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen bus PO Haryanto.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian sehubungan dengan permasalahan yang ada adalah

1. Bagi Instansi

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menganalisis faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen untuk menggunakan jasa bus PO Haryanto.

2. Bagi Stimart "AMNI" Semarang

Sebagai bahan informasi tambahan yang berkaitan mengenai faktor-faktor pengambilan keputusan konsumen dalam membeli dan untuk dokumentasi di perpustakaan.

3. Bagi Penulis

Diharapkan dapat menambah wawasan dan mengetahui tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen dalam membeli.

- a. Penelitian ini adalah sebagai masukan bagi peneliti sendiri dalam memperoleh pengalaman yang nyata, sehingga dapat membandingkan teori yang telah diperoleh selama kuliah dengan keadaan yang sebenarnya.
- b. Memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Study Transportasi.

4. Bagi pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi mahasiswa yang ingin mengadakan penelitian lebih lanjut tentang masalah yang sejenis dan sebagai tambahan informasi bagi yang memutuskan.

Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran tentang penelitian yang akan dilakukan maka dibuatlah sistematika penulisan yang akan memberikan informasi tentang isi dari masing-masing bab, adapun sistematika penulisannya adalah sebagai berikut :

Bab 1 : PENDAHULUAN

Membahas tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

Bab 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Membahas tentang pengertian kualitas pelayanan, kualitas produk, persepsi harga, dan promosi. penelitian terdahulu, hipotesis serta kerangka pemikiran teoritis.

Bab 3 : METODOLOGI PENELITIAN

Membahas tentang definisi operasional, penentuan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, metode analisis data, dan pembahasan.

Bab 4 : HASIL PENELITIAN DAN PERSEMBAHAN

Merupakan analisis data dan pembahasan yang menguraikan deskripsi obyek penelitian dan hasil-hasil pengolahan data baik secara kualitatif maupun kuantitatif yang disertai dengan interpretasi data.

Bab 5 : PENUTUP

Merupakan penutup yang berisi kesimpulan didasarkan atas hasil penelitian.