

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perubahan jaman dan perkembangan tingkat aktifitas masyarakat yang serba cepat saat ini diakui maupun tidak ternyata telah membawa perubahan dan tatanan baru dalam segala bidang, termasuk diantaranya adalah perubahan tingkat kebutuhan dan aktifitas ekonomi masyarakat, kondisi ini menuntut masyarakat untuk bekerja dan melakukan segala aktifitasnya secara cepat, tepat dan cermat agar mampu memenuhi segala kebutuhannya. Untuk menunjang terpenuhinya kebutuhan masyarakat dalam memenuhi segala aktifitasnya, keberadaan alat transportasi dirasa sangat penting sekali, khususnya alat transportasi umum yang murah dan mudah dijangkau oleh masyarakat Indonesia saat ini. Pentingnya alat transportasi saat ini mengakibatkan permintaan akan sarana transportasi meningkat, sehingga berdampak pada persaingan diantara pengusaha jasa.

Persaingan yang makin tajam ini, akan mendorong para pengusaha untuk semakin memikirkan bagaimana cara memberikan pelayanan yang baik dan produk yang berkualitas. Hal ini diharapkan dapat menjawab apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen. Sarana transportasi dituntut agar bisa menyediakan fasilitas yang aman, nyaman, cepat dan harga yang kompetitif. Persaingan sarana transportasi yang ada membutuhkan strategi pemasaran yang tepat untuk menarik pelanggan agar membeli produk yang ditawarkan pada perusahaan tersebut. Oleh karena itu seorang produsen harus jeli dalam membaca lingkungan yaitu konsumen yang dituju agar dapat merebut perhatian konsumen dalam persaingan.

Perum DAMRI merupakan salah satu perusahaan BUMN (Badan Usaha Milik Negara) yang bergerak dalam bisnis jasa publik yang bertujuan untuk mencari laba dan melayani kepentingan umum atau meningkatkan kesejahteraan masyarakat, yang berada di lingkungan

Departemen Perhubungan dimana dalam penyempurnaan Peraturan Pemerintah Nomor 31 tahun 2002 dalam bab III pasal 3 ayat 1 menyebutkan perusahaan yang diberi tugas wewenang untuk menyelenggarakan jasa angkutan umum untuk penumpang orang dan atau barang diatas jalan dengan kendaraan bermotor. Perum DAMRI hingga kini telah menjalankan 7 (tujuh) kegiatan usaha pelayanan angkutan, meliputi Angkutan Bus Kota, Angkutan Antar Kota, Angkutan Antar Negara, Angkutan Pemandu Moda Bandara, Angkutan Travel dan Pariwisata, Angkutan Perintis atau Penugasan dari Pemerintah, dan Angkutan Barang atau Paket. DAMRI merupakan singkatan dari “Djawatan Angkoetan Motor Repoeblik Indonesia” yang dibentuk berdasarkan Maklumat Menteri Perhubungan Republik Indonesia No. 01/DAM/46 yang memiliki tugas utama menyelenggarakan pengangkutan darat dengan bus

DAMRI berusaha untuk menyediakan pelayanan jasa transportasi yang aman, terpadu, tertib, lancar, nyaman, ekonomis, efisien, efektif dan terjangkau bagi masyarakat untuk mengoptimalkan serta meningkatkan kualitas agar dapat berjalan secara maksimal karena hal tersebut merupakan suatu komponen penting dalam menunjang jalannya kegiatan pelayanan kendaraan bagi masyarakat. Dalam hal ini peneliti mengambil objek menggunakan Bus Damri angkutan pariwisata jurusan Yogyakarta – Magelang dengan rute pariwisata Candi Prambanan - Tebing Breksi - Ratu Boko -Malioboro - Candi Borobudur. dengan tarif 21.000 per-orang, namun pada tahun 2021 bus Damri mengalami penurunan jumlah penumpang/konsumen, yang terjadi akibat pelayanan yang kurang maksimal serta adanya Virus Corona.

Berikut data Jumlah Penumpang Bus DAMRI:

Tabel 1.1
Data Jumlah Penumpang Bus Damri Pariwisata Jurusan
Yogyakarta-Magelang
Rute Candi Prambanan - Tebing Breksi - Ratu Boko -
Malioboro-Candi Borobudur
Maret 2020 – Maret 2021

Bulan	Jumlah Penumpang
Maret	120
April	143
Mei	160
Juni	181
Juli	175
Agustus	189
September	184
Oktober	169
November	160
Desember	153
Januari	162
Februari	130
Maret	146
Jumlah	2.072

Sumber : DataPerum Damri Kota Yogyakarta, 2021

Dari data tersebut Bus DAMRI mengalami penurunan di setiap bulannya pada tahun 2020-2021 jumlah penumpang bus DAMRI jurusan Yogyakarta-Magelang didapat 2.072 dengan Satu Hari Frekuensi

Perjalanan 5 Kali perjalanan.

Oleh karena itu, Perum DAMRI sebagai penyedia transportasi umum dibidang pariwisata harus dapat memperbaiki pelayanan yang diberikan baik dari segi fisik maupun non fisik agar dapat meningkatkan keputusan konsumen untuk menggunakan jasa angkutan umum pariwisata.

Menurut Setiadi (2017:16) keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya. Memahami tingkat keterlibatan konsumen terhadap jasa berarti pemasar berusaha mengidentifikasi hal-hal yang menyebabkan seseorang merasa harus terlibat atau tidak dalam pembelian suatu produk atau jasa. Oleh karena itu, perusahaan harus mengetahui faktor-faktor yang dapat menjadi stimulus seseorang seperti faktor budaya, sosial, dan ekonomi, Proses pengambilan keputusan konsumen pada setiap orang pada dasarnya adalah sama.

Keputusan konsumen, menurut Kotler & Armstrong (2017:181) adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan konsumen di mana konsumen benar-benar membeli. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang atau jasa yang ditawarkan. Proses pengambilan keputusan konsumen dalam menggunakan jasa transportasi memiliki 5 (lima) tahap sebagaimana yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong (2018:179) yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.

Berdasarkan dari latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam mengenai masalah tersebut diatas, dengan judul penelitian “ANALISIS FAKTOR BUDAYA, SOSIAL, PRIBADI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA JASA TRANSPORTASI BUS DAMRI PARIWISATA CANDI BOROBUDUR.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh budaya terhadap keputusan pembelian pada jasa transportasi bus DAMRI pariwisata di Candi Borobudur?
2. Bagaimana pengaruh Sosial terhadap keputusan pembelian pada jasa transportasi bus DAMRI pariwisata di Candi Borobudur?
3. Bagaimana pengaruh pribadi terhadap keputusan pembelian pada jasa transportasi bus DAMRI pariwisata di Candi Borobudur?

1.3 Tujuan dan Kegunaan

Penelitian ini dilakukan tentunya memiliki tujuan-tujuan tertentu. Adapun yang menjadi tujuan dilakukannya penelitian ini adalah :

- a. Untuk menganalisis pengaruh budaya terhadap keputusan pembelian pada jasa transportasi bus DAMRI pariwisata di Candi Borobudur.
- b. Untuk menganalisis pengaruh sosial terhadap keputusan pembelian pada jasa transportasi bus DAMRI pariwisata di Candi Borobudur.
- c. Untuk menganalisis pengaruh ekonomi terhadap keputusan pembelian pada jasa transportasi bus DAMRI pariwisata di Candi Borobudur
- d. Untuk menganalisis pengaruh budaya, sosial, ekonomi terhadap keputusan pembelian pada jasa transportasi bus DAMRI pariwisata di Candi Borobudur

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Penulis
 - a. Sebagai cara untuk menerapkan teori-teori yang diperoleh dibangku kuliah dan mengaplikasikan dengan kenyataan yang ada, serta menambah pengalaman dan pengetahuan penulis akan masalah-masalah yang terjadi pada kegiatan transportasi khususnya transportasi darat..
 - b. Memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S-1) Prodi Transportasi di Universitas Maritim AMNI (UNIMAR AMNI) Semarang.
2. Bagi Universitas Maritim AMNI Semarang
Dapat digunakan sebagai tambahan informasi dan bahan referensi untuk peneliti selanjutnya bagi mahasiswa/I Universitas Maritim AMNI Semarang.
3. Bagi Perum DAMRI

Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan informasi yang bermanfaat sebagai bahan evaluasi dalam upaya meningkatkan jumlah penumpang bus DAMRI.

4. Bagi Pembaca

Sebagai referensi penelitian lebih lanjut dan diharapkan dapat menambah pengetahuan bagi taruna dan mahasiswa Universitas Maritim AMNI (UNIMAR AMNI) Semarang khususnya.

1.4 Sistematika Penulisan

Untuk mengetahui secara jelas isi dari skripsi ini maka sistematika penulisan disusun sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi landasan teori mengenai Budaya, Sosial, Pribadi, dan Keputusan pembelian, penelitian terdahulu, hubungan logis antara variable dan perumusan hipotesis serta kerangka pemikiran teoritis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi penentuan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, variabel penelitian, dan definisi operasional jenis dan, metode analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi hasil penelitian dan pembahasan, deskripsi obyek penelitian, hasil analisis data, pengujian hipotesis serta pembahasannya.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan atas hasil penelitian dan saran yang sesuai dengan penelitian.

Daftar Pustaka

Lampiran

