

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Zaman modernisasi sekarang ini, kebutuhan akan sarana transportasi semakin berkembang dan tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat. Pentingnya peranan transportasi dalam masyarakat terlihat dari usaha-usaha yang dilakukan manusia untuk senantiasa memperbaiki dan meningkatkan sistem serta kapasitas transportasi dari dulu hingga sekarang ini. Semakin bertambah baik sistem transportasi, maka semakin bertambah baik pula tingkat mobilitas manusia itu, baik secara individual, maupun secara sosial. Transportasi mempermudah manusia melakukan mobilisasi untuk aktivitasnya.

Tingginya tingkat permintaan akan sarana transportasi membuat jasa transportasi menjadi bisnis yang menjanjikan, sehingga banyak jasa transportasi bermunculan dan membuat persaingan yang ketat. Perusahaan penyedia jasa Transportasi saling bersaing untuk mendapatkan konsumen. Untuk memenangkan pasar, perusahaan tentu harus memperhatikan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan dalam menggunakan jasa mereka. Hal ini sejalan dengan pernyataan Setiadi (2003:38) yang menyatakan keputusan pembelian adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya. Seiring berkembangnya bisnis transportasi dewasa ini maka konsumen juga mempunyai banyak pilihan alternatif jasa transportasi yang akan digunakan dan konsumen akan memilih jasa transportasi sesuai dengan kebutuhan kebutuhannya. Konsumen membutuhkan jasa angkutan yang dapat

memuaskan kebutuhannya, berkualitas, harga yang sesuai dengan fasilitas yang didupatkannya.

Tabel 1.1

Top Bus AKAP/ AKDP Sumatera Utara 2014

| No | Nama Bus AKAP/AKDP | Trayek |
|----|-------------------------------|--------------------|
| 1 | A.L.S (Antar Lintas Sumatera) | Medan – pulau Jawa |
| 2 | Makmur | Medan – Riau |
| 3 | Halmahera | Medan – Jambi |
| 4 | Kurnia | Medan – Banda Aceh |
| 5 | Anugerah | Medan – Banda Aceh |
| 6 | Pusaka | Medan – Banda Aceh |
| 7 | Sibual – buali | Medan – Tapanuli |
| 8 | Sempati star | Medan – Banda Aceh |
| 9 | Siliwangi Antar Nusa | Medan – Bengkulu |
| 10 | Lorena | Medan - Palembang |

Sumber : (www.bismania.com)

Berdasarkan Tabel 1.1 menunjukkan banyaknya jumlah perusahaan jasa transportasi Sumatera Utara yang saling bersaing untuk mendapatkan target pasarnya masing – masing. dilihat bahwa jasa transportasi. Setiap perusahaan transportasi tersebut pasti berusaha untuk selalu meningkatkan citra perusahaan dengan memperhatikan kualitas jasa yang diberikan kepada konsumen, dan persaingan bisnis transportasi terus berkembang sehingga jelas konsumen selalu meningkat.

Perusahaan penyedia jasa harus memperhatikan hal - hal yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan jasa yang diberikan dan salah satunya adalah faktor harga. Harga menurut Tjiptono (dalam Tjiptono,2002:151) mendefenisikan harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak

kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa. Harga biasanya diungkapkan dengan berbagai istilah, diantaranya iuran, tarif, sewa, bunga, premium, komisi, dan upah. Dalam menentukan harga perusahaan penyedia jasa transportasi harus memutuskan dengan benar harga yang akan dipasarkan, harga tersebut harus logis dan bisa bersaing dengan kompetitor bisnis jasa transportasi lainnya, dan harga juga harus sesuai dengan fasilitas yang didapatkan konsumen sehingga eksistensi perusahaan tersebut terjaga.

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah kualitas jasa yang diberikan perusahaan. Hal ini sejalan dengan pernyataan Wyckof (dalam tjiptono, 2005:260) yang mengatakan bahwa defenisi kualitas jasa adalah tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dari defenisi tersebut, tampak bahwa didalam jasa selalu ada aspek interaksi antara pihak konsumen dan pemberi jasa, meskipun pihak-pihak yang terlibat tidak selalu menyadari. Jasa juga bukan merupakan barang, jasa adalah suatu proses atau aktivitas dan aktivitas-aktivitas tersebut tidak berwujud.

PO. SAMPRI (SAMOSIR PRIBUMI) merupakan salah satu perusahaan transportasi yang melayani jurusan perjalanan Medan - Doloksanggul (Humbang Hasundutan), Medan – Dairi, Medan – Samosir, Medan – Tapanuli Tengah. P.O SAMPRI sebagai salah satu penyedia jasa angkutan menuju Medan sangat membantu banyak masyarakat, khususnya masyarakat Doloksanggul yang ingin bepergian atau melakukan kegiatannya di Medan, selain itu persaingan antara perusahaan otobus atau angkutan menuju Doloksanggul sangatlah kompetitif

namun dengan hadirnya perusahaan *otobus* ini memberikan banyak manfaat bagi pengguna jasa transportasi tersebut. Dengan mengutamakan kualitas jasa, perusahaan ini mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan transportasi lain. PO. SAMPRI tentu saja mengharapkan hasil yang maksimal dari jasa yang diberikan kepada konsumen, yaitu jumlah pembelian konsumen yang tinggi atau terus meningkat. Sebaliknya konsumen ingin mendapatkan manfaat yang sebanding dengan harga yang dibayarkan. Namun kenyataannya, seringkali perusahaan lalai dalam menjalankan kewajibannya yang mengakibatkan kekecewaan konsumen sehingga berpotensi mengurangi tingkat penggunaan konsumen dalam menggunakan jasa mereka.

Tabel 1.2
Data Bus Trayek Medan – Doloksanggul Tahun 2015

| No | Nama Bus | Tarif (dalam Rupiah) |
|----|-------------------------------|-------------------------|
| 1. | P.O. Sentosa | 75.000 |
| 2. | CV. Karya Agung | 70.000 |
| 3. | CV. Koperasi Bintang Tapanuli | 75.000 |
| 4. | CV. Tao Toba Indah | 75.000 |
| 5. | CV.PAS | 70.000 |
| 6 | PO Sampri | 85.000 |

Sumber : (Dinas Perhubungan Dan Pariwisata Kab. Humbang Hasundutan)

Harga yang dikenakan PO.SAMPRI tertinggi dibandingkan dengan perusahaan transportasi lain untuk jurusan Medan – Doloksanggul. Perbandingan harga antara Sampri dengan pesaingnya tidak berdampak pada penurunan jumlah penumpang Sampri. Kenyataannya justru banyak perusahaan *otobus* jurusan Doloksanggul sepi penumpang bahkan tidak beroperasi. Ini membuktikan loyalitas penumpang Sampri sangat tinggi dan citra Sampri juga sangat baik dikalangan masyarakat khususnya penumpang jurusan Doloksanggul sekitarnya.

Harga yang dikenakan PO.SAMPRI tidak lepas dari faktor kualitas jasa yang diberikan. Semakin besar harga seharusnya meningkatkan kualitas jasa, namun pada kenyataannya harga yang mahal ini tidak sebanding dengan kualitas jasa yang diberikan kepada para penumpang Sampri. Pihak Sampri seringkali mengabaikan keinginan penumpang atas pengorbanan yang dikeluarkan penumpang, pihak Sampri bahkan lalai dalam melayani kebutuhan penumpang, kelalaian seperti jam keberangkatan yang tidak tepat, hal ini dapat dilihat pada tabel dibawah:

Tabel 1.3
Data Keterlambatan Jam Keberangkatan P.O Sampri Oktober 2015
Trayek Medan - Doloksanggul

| No | Jam keberangkatan Seharusnya | Jam Berangkat | Jam Keterlambatan |
|----|------------------------------|---------------|-------------------|
| 1 | 06.30 | 07.00 | 30 menit |
| 2 | 07.30 | 08.00 | 30 menit |
| 3 | 08.00 | 08.30 | 30 menit |
| 4 | 08.30 | 09.00 | 30 menit |
| 5 | 09.00 | 09.30 | 30 menit |
| 6 | 09.30 | 10.00 | 30 menit |
| 7 | 10.00 | 10.30 | 30 menit |
| 8 | 10.30 | 11.00 | 30 menit |
| 9 | 11.30 | 12.00 | 30 menit |
| 10 | 13.00 | 13.30 | 30 menit |
| 11 | 13.30 | 14.00 | 30 menit |
| 12 | 14.00 | 14.30 | 30 menit |
| 13 | 15.00 | 15.30 | 30 menit |
| 14 | 16.00 | 16.30 | 30 menit |
| 15 | 17.00 | 17.30 | 30 menit |
| 16 | 17.30 | 18.00 | 30 menit |
| 17 | 18.30 | 19.30 | 60 menit |
| 18 | 19.00 | 20.00 | 60 menit |
| 19 | 20.00 | 21.00 | 60 menit |
| 20 | 20.30 | 21.30 | 60 menit |
| 21 | 21.30 | 22.30 | 60 menit |

Sumber : (Direksi P.O. Sampri Medan – Doloksanggul)

Perilaku petugas yang terkesan sombong dan mengabaikan penumpang, tempat duduk yang tidak sesuai dengan yang tertera di tiket keberangkatan, keadaan lingkungan loket yang tidak nyaman dan kurang memperhatikan kebersihannya, tempat duduk untuk menunggu bus kurang memadai, serta keselamatan penumpang kurang diperhatikan oleh pihak sampri. Hal ini membuat para penumpang kecewa dengan pihak Sampri. Namun kenyataannya P.O. Sampri tidak mengalami penurunan yang signifikan dalam jumlah penumpang, ini jelas bertolak belakang dengan pernyataan dimana jika pengorbanan yang diberikan konsumen dalam hal ini harga angkutan dari P.O. Sampri tidak sebanding dengan kualitas Jasa yang diberikan maka akan mengakibatkan penurunan jumlah konsumen, faktanya justru sebaliknya P.O. Sampri tidak mengalami penurunan yang signifikan hal ini dapat dilihat pada tabel data penumpang.

Tabel 1.4
Data Penumpang P.O. Sampri Tahun 2015 (Medan – Doloksanggul)

| No | Bulan | Jumlah Penumpang |
|----|-----------|------------------|
| 1 | Januari | 8780 orang |
| 2 | Februari | 8760 orang |
| 3 | Maret | 8680 orang |
| 4 | April | 8600 orang |
| 5 | Mei | 8650 orang |
| 6 | Juni | 8700 orang |
| 7 | Juli | 8650 orang |
| 8 | Agustus | 8650 orang |
| 9 | September | 8600 orang |
| 10 | Oktober | 8600 orang |
| 11 | November | 8453 orang |
| 12 | Desember | 8870 orang |

Sumber : (Direksi P.O. Sampri Medan – Doloksanggul)

Namun Hal ini tidak memungkinkan penurunan jumlah penumpang, jika berkepanjangan bisa saja membuat penumpang berpindah ke transportasi lain,

mengingat persaingan transportasi khususnya jurusan Doloksanggul – Medan sangat kompetitif, baik dengan perusahaan *otobos* lain atau ancaman pendatang baru yang bisa saja mengancam bisnis pihak Sampri.

PO.SAMPRI harus serius memperhatikan masalah penetapan harga dan Kualitas Jasa yang seimbang agar tetap mempertahankan pasar dari pesaing-pesaing lainnya.

Dari pemaparan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk meneliti dengan judul penelitian : “ **PENGARUH HARGA DAN KUALITAS JASA TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN JASA PADA PO. SAMPRI**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, identifikasi masalah dalam penelitian ini meliputi :

1. Bagaimana pengaruh Harga terhadap Keputusan Menggunakan Jasa pada P.O SAMPRI?
2. Bagaimana pengaruh Kualitas Jasa terhadap Keputusan Menggunakan Jasa pada P.O SAMPRI?
3. Bagaimana pengaruh Harga dan Kualitas Jasa terhadap Keputusan Menggunakan Jasa pada P.O SAMPRI?

1.3 Pembatasan Masalah

Untuk menghindari kesimpangsiuran atau kesalahan persepsi dalam penelitian ini serta mengingat keterbatasan waktu dan keterbatasan penulis, maka perlu adanya pembatasan masalah dalam penelitian ini. Adapun pembatasan

dalam penelitian ini dibatasi hanya pada : “ Pengaruh Harga dan Kualitas Jasa Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Pada PO. SAMPRI “.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah Harga berpengaruh terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Pada PO. SAMPRI?
2. Apakah Kualitas Jasa berpengaruh terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Pada PO. SAMPRI?
3. Apakah Harga dan Kualitas Jasa secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Pada PO. SAMPRI?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Pada PO. SAMPRI
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Jasa terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Pada PO. SAMPRI .
3. Untuk mengetahui pengaruh Harga dan Kualitas Jasa secara bersama-sama terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Pada PO. SAMPRI.

1.6 Manfaat Penelitian

Setiap penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya maupun yang terkait secara langsung didalamnya. Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi Peneliti

Untuk menerapkan teori-teori yang pernah diperoleh disaat perkuliahan pada kondisi yang ada di perusahaan dan untuk menambah serta memperluas pandangan terutama menyangkut Harga, Kualitas Jasa dan keputusan pembelian.

2. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan referensi bagi perusahaan agar selalu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen karena berpengaruh langsung kepada kelangsungan bisnis perusahaan. Terutama agar selalu memperhatikan faktor Harga dan Kualitas Jasa yang mempengaruhi konsusmen dalam menggunakan jasa.

3. Bagi UNIMED

Menambah literatur kepustakaan dibidang pemasaran khususnya mengenai Harga, Kualitas jasa dan keputusan menggunakan jasa.

4. Bagi Peneliti Lain

Sebagai referensi dan informasi untuk melakukan penelitian sejenis pada masa yang akan datang.