

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Di era globalisasi seperti sekarang ini khususnya di Indonesia padatnya penduduk diiringi semakin kompleksnya kebutuhan dan berbagai aktifitas manusia dalam melakukan mobilitas baik melakukan pekerjaan, sekolah, pariwisata, penelitian maupun *traveling* saja. Hal ini semakin berdampak pada kebutuhan akan sektor jasa transportasi baik darat, laut maupun udara.

Keadaan ini yang pada akhirnya menyebabkan semakin ketatnya persaingan antar moda transportasi baik darat, laut, dan udara di dalam eksistensi perusahaan bersaing memberikan layanan yang terbaik untuk memperoleh penumpang. Di Indonesia terdapat berbagai jenis alat transportasi seperti darat, laut dan udara. Transportasi darat merupakan salah satu yang diberi perhatian khusus oleh pemerintah dan para pengguna jasa transportasi karena disamping murah sampai dengan saat ini transportasi darat masih merupakan primadona bagi sebagian besar masyarakat Indonesia.

Ketika hari ini mereka, kalangan ekspatriat dan sebagian besar masyarakat golongan menengah ke atas Indonesia tengah begitu 'hobi' membeli dan mengoleksi mobil dan motor sebagai tunggangan pribadi, dengan berbagai alasan, berbagai merk, berbagai kualitas, berbagai rentang harga hingga berbagai macam warna, maka sebaliknya, transportasi umum tengah menghadapi dilema luar biasa karena kesemrawutan multidimensi yang tengah menghadangnya. Dari mulai perkara manajemen pengelola, hingga perkara kualitas pelayanan publik dan kelayakan kendaraan. ([http://www.kompasiana.com/arindaputri/bis-mgi-sarana-transportasi-anda\\_552ffbd26ea834277d8b4577](http://www.kompasiana.com/arindaputri/bis-mgi-sarana-transportasi-anda_552ffbd26ea834277d8b4577), diunduh pada hari 4desember 2015 jam 20:14 WIB.

Salah satu sarana transportasi yang masih banyak dipergunakan masyarakat Indonesia yakni bus, yang menawarkan berbagai alternatif jurusan dan tujuan yang berbeda-beda. Alasan pemilihan bus karena harga tiket yang masih terjangkau jika dibandingkan dengan alat transportasi darat lainnya.

Di kota Bandung banyak terdapat moda transportasi bus yang menyediakan bus antar kota antar propinsi dengan berbagai kota tujuan lengkap dengan berbagai macam fasilitas yang disediakan. Terdapat bus dengan kelas ekonomi dan bus dengan kelas non ekonomi.

Trayek Bandung-Sukabumi termasuk trayek penumpang dengan jumlah penumpang yang banyak. Trayek ini dimulai dari Terminal Leuwi Panjang Bandung menuju ke Terminal Sudirman Sukabumi dan sebaliknya. Trayek Bandung-Sukabumi dilayani oleh 2 jenis Kelas bus berdasarkan tarif, Yaitu bus dengan fasilitas AC dan Ekonomi *non AC*. Berikut adalah P.O Bus, jenis, trayek dan harga yang melayani jurusan Bandung menuju Sukabumi :

| NAMA BUS     | JENIS BUS | TRAYEK           | HARGA     |
|--------------|-----------|------------------|-----------|
| MGI          | AC        | BANDUNG-SUKABUMI | RP.30.000 |
| SANGKURIANG  | AC        | BANDUNG-SUKABUMI | RP.30.000 |
| BELA UTAMA   | AC        | BANDUNG-SUKABUMI | RP.30.000 |
| HIBA PUTRA   | NON AC    | BANDUNG-SUKABUMI | RP.25.000 |
| SANGKURIANG  | NON AC    | BANDUNG-SUKABUMI | RP.25.000 |
| PUTRA REMAJA | NON AC    | BANDUNG-SUKABUMI | RP.25.000 |

Sumber: DLLAJ Kota Bandung 2015

Sebagian besar bus ini memiliki konfigurasi tempat duduk 2-2 (2 di kanan dan 2 di kiri), walaupun ada beberapa bus yang memiliki tempat duduk 3-2 namun relatif sedikit. Selain P.O MGI, bus lain yang banyak melayani trayek ini adalah P.O Sangkuriang. Untuk P.O Sangkuriang sebagian besar menggunakan konfigurasi tempat duduk 3-2. Ada pula P.O Bela Utama namun jumlahnya relatif sedikit. P.O Bela Utama biasanya juga menggunakan konfigurasi tempat duduk 2-2.

Seperti pada umumnya untuk bus dengan kelas ekonomi tidak dilengkapi fasilitas ac, harga jauh lebih murah dan terkesan tidak berjalan sesuai aturan. Adapula bus non ekonomi seperti Bus MGI yang dilengkapi dengan fasilitas ac, harga yang sesuai dengan kondisi bus yang memadai dan membuat para penumpang merasa nyaman. Rata-rata semua bus MGI merupakan bus dengan kelas non ekonomi. Selain fasilitas AC dan non AC yang disediakan, rata-rata semua P.O Bus Jurusan Bandung-Sukabumi tidak dilengkapi fasilitas toilet. Padahal alangkah lebih baik jika semua P.O Bus menambahkan fasilitas toilet di dalam Bus dikarenakan jarak tempuh antara Bandung dan Sukabumi terpantau jauh dan memakan waktu yang cukup lama. Hal tersebut belum termasuk keadaan di sepanjang jalan yang terkadang macet pada jam-jam tertentu.

**Gambar 1.1**

**Bus MGI jurusan Bandung-Sukabumi**



Bis PO. MGI Merupakan perusahaan otobus yang melayani rute ke beberapa kota di Jawa Barat. MGI merupakan singkatan dari Maya Gapura Intan. PO. MGI merupakan salah satu anak perusahaan dari Mayasari Group dan telah berdiri sejak awal tahun 2001. Rute awal saat berdiri yaitu Bandung – Depok, kemudian terus berkembang sampai sekarang menjadi sangat banyak rutenya. Trayek yang di layani PO. MGI : Bandung – Depok (via Cipularang), Bandung – Bogor (via Cipularang), Bandung – Cileungsi (via Cipularang), Bandung – Leuwi Liang (via Cipularang), Bandung – Cibinong (via Cipularang), Bandung – Sukabumi (via Cianjur), Bogor – Pelabuhan Ratu, dan Depok – Sukabumi.

Di kota Bandung bus MGI beroperasi setiap hari dengan memiliki tujuan yang berbeda salah satunya untuk tujuan Bandung-Sukabumi bus full ac. Bus MGI seperti bus-bus yang lainnya beroperasi di terminal Leuwi Panjang Bandung dengan jam keberangkatan dari pukul 04.30 WIB hingga pukul 21.00 WIB dari Bandung menuju Sukabumi dan sebaliknya. Banyak masyarakat pengguna bus MGI yang selalu mengincar keberadaannya karena bus MGI berbeda dengan bus-bus ac lainnya. Salah satunya adalah dengan kondisi di dalam bus yang nyaman. Selain itu supir dan kondektur bus selalu menggunakan seragam setiap beroperasi, para petugas yang selalu beroperasi di pos kontrol di masing-masing daerah dari mulai daerah Padalarang hingga tiba di kota Sukabumi. Hal-hal tersebut yang menjadi daya tarik untuk bus MGI yang selalu memperhatikan kualitas pelayanannya.

Setiap perusahaan tentunya memperhatikan segala aspek manajemen secara tersusun sehingga bisa mencapai target yang diinginkan. Dalam hal ini tentunya dibutuhkan bentuk tenaga kerja yang ideal dan kerja sama antara perusahaan dengan para pekerjanya. Perusahaan yang berhasil adalah perusahaan yang memiliki integritas dan reputasi yang sangat baik di mata masyarakat, karena masyarakat adalah raja bagi setiap perusahaan terlebih jika masyarakat mempercayai kepada perusahaan tersebut dengan menggunakan jasa maupun produknya. Ada banyak hal yang menjadi penilaian bagi masyarakat terhadap perusahaan seperti kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, bauran pemasaran,

dan hal-hal yang lainnya yang menjadi senjata yang paling menjadi andalan bagi setiap perusahaan.

Jasa transportasi P.O Bus MGI Bandung-Sukabumi tentunya memiliki tarif yang ditetapkan kepada para konsumen. Jika dahulu sebelum adanya kenaikan BBM tarif yang dikenakan kepada konsumen untuk jurusan Bandung-Sukabumi sebesar Rp. 21.000 tetapi semenjak kenaikan BBM tarif semula mengalami kenaikan sebesar Rp. 9.000 menjadi Rp. 30.000. Tidak hanya P.O Bus MGI saja yang menetapkan tarif tersebut, tetapi semua P.O Bus Jurusan Bandung-Sukabumi non ekonomi sepakat untuk menetapkan dengan harga tersebut. Para konsumen tentunya mempertimbangkan tarif karena konsumen sangat memperhitungkan tarif yang dikenakan oleh P.O Bus. Berbeda dengan P.O Bus Bandung-Sukabumi kelas ekonomi, tarif yang ditawarkan yaitu sebesar Rp. 25.000

Harga dapat menunjukkan kualitas merek dari suatu produk, dimana konsumen mempunyai anggapan bahwa harga yang mahal biasanya mempunyai kualitas yang baik. Pada umumnya harga mempunyai pengaruh yang positif dengan kualitas, semakin tinggi harga maka semakin tinggi kualitas.

Konsumen mempunyai anggapan adanya hubungan yang positif antara harga dan kualitas suatu produk, maka mereka akan membandingkan antara produk yang satu dengan produk yang lainnya, dan barulah konsumen mengambil keputusan untuk membeli suatu produk.

P.O Bus MGI berbeda dengan P.O Bus jurusan Bandung-Sukabumi AC lainnya, yang membedakan adalah dilihat dari kondisi kendaraan yang bagus, layak, bersih, dan nyaman. Selain itu sopir dan kenek Bus menggunakan seragam yang ditetapkan oleh pihak manajemen. Di sepanjang perjalanan tidak diperkenankan setiap penjual yang menjajakan dagangannya diperbolehkan untuk masuk ke dalam Bus MGI. Hanya para penjual tertentu saja yang diperbolehkan untuk berjualan di dalam Bus MGI seperti penjual makanan dan minuman ringan yang terlebih dahulu memiliki izin dari pihak manajemen bus. Yang paling

terpenting adalah Bus MGI tidak sembarang mengizinkan pengamen untuk masuk ke Bus.

Setiap konsumen tentunya memiliki kepuasan tersendiri dalam menggunakan jasa transportasi Bus. Jika konsumen merasa puas oleh pelayanan yang diberikan oleh Bus tersebut maka akan timbul rasa kepercayaan untuk tetap menggunakan Bus tersebut. Rasa kepercayaan tentunya sangat dibutuhkan oleh kedua belah pihak antara pemilik P.O Bus MGI dan para konsumen karena akan menimbulkan keuntungan dan ketergantungan. Setelah melakukan wawancara di lapangan kepada beberapa pelanggan, ditemukan adanya ketidakpuasan dari pelanggan bus MGI yang membuat mereka tidak nyaman. Pelanggan menginginkan harga yang di berikan harus sesuai dengan fasilitas yang didapat. Masalah tersebut diantaranya penutup AC yang rusak sehingga tidak dapat mengatur sirkulasi udara yang diinginkan, lalu pengatur kursi yang tidak berfungsi karena patah, penutup jendela yang tidak terpasang sehingga tidak bisa menutup sinar matahari. Hal tersebut membuat ketidaknyamanan serta menurunnya kepercayaan dan membuat pelanggan beralih pada bis lain. Hal ini di buktikan dengan menurunnya pelanggan bus MGI Jurusan Bandung-Sukabumi melalui data dibawah ini :

| Bulan     | Tahun       |             |
|-----------|-------------|-------------|
|           | 2014        | 2015        |
| Januari   | 25.632.553  | 23.792.069  |
| Februari  | 10.055.015  | 8.812.192   |
| Maret     | 12.477.597  | 10.831.473  |
| Aprl      | 8.145.141   | 7.282.254   |
| Mei       | 11.991.368  | 11.436.445  |
| Juni      | 9.931.287   | 9.090.588   |
| Juli      | 10.460.682  | 10.681.357  |
| Agustus   | 8.584.701   | 8.516.995   |
| September | 13.661.585  | 14.352.556  |
| Oktober   | 3.829.502   | 3.895.295   |
| November  | 2.667.432   | 2.778.934   |
| Desember  | 4.667.886   | 3.556.997   |
| Total     | 122.104.749 | 115.027.155 |

Sumber : Manajemen Bus MGI bagian Kontrol tahun 2015

Kepercayaan (*trust*) merupakan pondasi dari bisnis. Suatu transaksi bisnis antara dua pihak atau lebih akan terjadi apabila masing-masing saling mempercayai. Kepercayaan (*trust*) ini tidak begitu saja dapat diakui oleh pihak lain/mitra bisnis, melainkan harus dibangun mulai dari awal dan dapat dibuktikan.

Kepercayaan konsumen menurut Mowen dan Minor yang dikutip oleh Sumarwan (2011):

Keyakinan atau kepercayaan adalah faktor penting yang dapat mengatasi kritis dan kesulitan antara rekan bisnis selain itu juga merupakan asset penting dalam mengembangkan hubungan jangka panjang antar organisasi. Suatu organisasi harus mampu mengenali faktor-faktor yang dapat membentuk kepercayaan tersebut agar dapat menciptakan, mengatur, memelihara, menyong dan mempertinggi tingkat hubungan dengan pelanggan (Zineldin, et al., 1997; Zineldin, 1998).

Anderson (dalam Watson, 2005:22) mendefinisikan kepercayaan sebagai berikut: *Trust is a belief that another company will perform actions those will result in positive outcomes for the firm while not taking actions that would result in negative outcomes.* Yang dapat diartikan: “Kepercayaan sebagai keyakinan bahwa suatu perusahaan lain akan melakukan tindakan yang akan menghasilkan hasil yang positif bagi perusahaannya sementara tidak mengambil tindakan yang akan menghasilkan hasil negatif”. Berdasarkan definisi di atas kepercayaan merupakan keyakinan suatu perusahaan terhadap perusahaan lainnya bahwa perusahaan lain tersebut akan memberikan *outcome* yang positif bagi perusahaan.

Moorman (dalam Watson, 2005:22) mengemukakan definisi tentang kepercayaan yang tidak jauh berbeda dengan definisi di atas serta menjelaskan adanya pernyataan antara kedua belah pihak yang terlibat dalam suatu hubungan. Salah satu pihak dianggap berperan sebagai *controlling assets* (memiliki sumber-sumber pengetahuan) sementara pihak lainnya menilai bahwa berbagi penggunaan sumber-sumber tersebut dalam suatu ikatan akan memberikan manfaat.

Keyakinan pihak yang satu terhadap pihak yang lain akan menimbulkan perilaku interaktif yang akan memperkuat hubungan dan membantu mempertahankan hubungan tersebut.

Perilaku tersebut akan meningkatkan lamanya hubungan dengan memperkuat komitmen di dalam hubungan. Pada akhirnya, kepercayaan akan menjadi komponen yang bernilai untuk menciptakan hubungan yang sukses. Kepercayaan tersebut juga mengurangi risiko dalam bermitra dan membangun hubungan jangka panjang serta meningkatkan komitmen dalam berhubungan.

P.O Bus MGI diharapkan dapat mengenali dan tanggap cepat atas keluhan penumpang secara dini sehingga bisa diantisipasi dampak yang tidak diinginkan dan kemudian dapat segera dibentuk suatu strategi guna memperbaikinya. Untuk menjadikan perhatian bagi perusahaan, dengan demikian perusahaan dituntut untuk dapat cepat tanggap dan menciptakan kebijakan yang tepat untuk mengatasi dan menangani keluhan tersebut agar kepuasan dan loyalitas pelanggan tetap terjaga.

Alasan utama para konsumen dalam menggunakan jasa Bus MGI adalah selain mempertimbangkan tarif yang ditentukan, rasa kepercayaan dalam menggunakan jasa bus, adapula unsur keputusan pembelian yaitu bagaimana para konsumen menetapkan pilihannya kepada Bus MGI sebagai sarana transportasi konsumen.

Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Menurut Setiadi, (2003:341), mendefinisikan suatu keputusan (decision) melibatkan pilihan diantara dua atau lebih alternatif tindakan atau perilaku. Keputusan selalu mensyaratkan pilihan diantara beberapa perilaku yang berbeda.

Suatu keputusan dapat dibuat hanya jika ada beberapa alternatif yang dipilih. Apabila alternatif pilihan tidak ada maka tindakan yang dilakukan tanpa adanya pilihan tersebut tidak dapat dikatakan membuat keputusan. Menurut Kotler dan Armstrong (2008:181), keputusan pembelian konsumen adalah membeli merek yang paling disukai dari berbagai alternatif yang ada, tetapi dua

faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian. Faktor pertama adalah sikap orang lain dan faktor yang kedua adalah faktor situasional. Oleh karena itu, preferensi dan niat pembelian tidak selalu menghasilkan pembelian yang aktual.

Proses pengambilan keputusan merupakan perilaku yang harus dilakukan untuk dapat mencapai sasaran, dan dengan demikian dapat memecahkan masalahnya, dengan kata lain proses pemecahan suatu masalah yang diarahkan pada sasaran. Proses keputusan pembelian yang spesifik menurut Kotler dan Armstrong (2008:179) terdiri dari urutan kejadian berikut: pengenalan masalah kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk mengembangkan lebih lanjut tentang pengaruh harga, kepercayaan, serta keputusan pembelian terhadap jasa transportasi Bus MGI jurusan Bandung-Sukabumi. Dengan judul penelitian **“Pengaruh Harga dan Kepercayaan Terhadap Proses Keputusan Pembelian Tiket Penumpang Pada Bus MGI Jurusan Bandung-Sukabumi”**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana harga atau tarif yang ditentukan oleh Bus MGI jurusan Bandung-Sukabumi?
2. Bagaimana tingkat kepercayaan konsumen kepada Bus MGI jurusan Bandung-Sukabumi?
3. Bagaimana pengaruh harga ,dan tingkat kepercayaan konsumen terhadap proses keputusan pembelian pada Bus MGI jurusan Bandung-Sukabumi?

### **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

#### **1.3.1 Maksud Penelitian**

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan untuk diolah, dianalisis, dan diinterpretasikan, sehingga dapat memperoleh kesimpulan terhadap masalah yang diteliti dalam hal ini untuk mengetahui hasil pengaruh harga, kepercayaan, terhadap keputusan pembelian pengguna jasa Bus MGI jurusan Bandung-Sukabumi.

#### **1.3.2 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang hendak di capai pada penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana harga atau tarif yang ditentukan oleh Bus MGI jurusan Bandung-Sukabumi
2. Untuk mengetahui Bagaimana tingkat kepercayaan konsumen kepada Bus MGI jurusan Bandung-Sukabumi
3. Untuk mengetahui Bagaimana pengaruh harga ,dan tingkat kepercayaan konsumen terhadap proses keputusan pembelian pada Bus MGI jurusan Bandung-Sukabumi

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Dengan dilakukannya penelitian ini maka diharapkan akan memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi materi dalam mengembangkan ilmu dalam rangka menambah khasanah ilmu pengetahuan, khususnya di dalam pengaruh harga, kepercayaan, dan proses keputusan pembelian.

## 2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan pertimbangan bagi perusahaan bus MGI jurusan Bandung-Sukabumi dalam meningkatkan kinerja di bidang pengaruh harga, kepercayaan, dan proses keputusan pembelian.

### **1.5 Lokasi dan waktu penelitian**

#### **1.5.1 Lokasi**

Penelitian ini dilakukan dengan mengambil objektif penelitian pada pengguna Bus MGI Bandung-Sukabumi.

#### **1.5.2 Waktu penelitian**

Pelaksanaan Penelitian ini dilaksanakan selama 3 bulan, yaitu dari Oktober-Desember 2015.