BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan bisnis transportasi saat ini semakin meningkat, salah satunya adalah bisnis transportasi berupa *travel*. Hal ini dikarenakan kebutuhan masyarakat akan jasa transportasi *travel* pun semakin meningkat. Disisi lain, masyarakat pun menginginkan pelayanan jasa *travel* yang nyaman, tepat waktu, ramah, dan ekonomis, baik dari segi kualitas dan kuantitas. Meningkatnya perusahaan jasa *travel*, secara tidak langsung dapat membuat perusahaan – perusahaan tersebut bersaing sebagai perusahaan yang mampu menciptakan suatu merek yang baik dimata masyarakat.

Masyarakat memperhatikan merek dalam memilih jasa transportasi yang akan mereka gunakan, dimana masyarakat akan lebih memilih perusahaan yang mereknya lebih dikenal oleh mereka dibandingkan dengan perusahaan lainnya. Setiap perusahaan *travel* perlu memperhatikan dan berusaha menjadikan citra merek mereka lebih baik dari pada perusahaan pesaing lainnya agar menarik minat masyarakat menggunakan jasa *travel* yang ditawarkan. **(http://pesona-bandung.blogspot.com)**. Fenomena diatas menunjukan bahwa pertumbuhan jasa transportasi mengalami kenaikan setiap waktu, hal ini membuat perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang transportasi membutuhkan strategi dalam pencitraan merek agar dapat menguasai pasar.

Setiap perusahaan berusaha menciptakan merek agar berada di benak konsumen, begitu pula dengan perusahaan *travel* yang berusaha untuk menciptakan citra merek yang baik dimata masyarakat. **Aaker dalam Alma (2008:148)** menyatakan bahwa "citra merek adalah sekumpulan asosiasi merek yang terbentuk dan melekat dibenak konsumen. Citra merek merupakan persepsi dalam bentuk asosasi yang terbentuk oleh konsumen terhadap suatu merek". Citra

merek dapat dianggap sebagai jennis asosasi yang muncul dibenak konsumen ketika mengingat sebuah merek tertentu.

Banyak perusahaan kini yang bergerak dibidang jasa transportasi darat salah satunya adalah 4848 *travel*. 4848 *travel* merupakan perusahaan *travel* pertama dikota Bandung sebagai penyedia pelayanan jasa transportasi darat dan pengantar barang ringan yang didirikan pada tahun 1960 oleh H Irawan Sarpingi. Pada awalnya 4848 membuka kantor di jalan Trunojoyo Nomor 20 Bandung, dalam pelaksanaan usahanya, perusahaan 4848 *travel* berorientasi pada usaha menjual jasa kepada mayarakat umum. Pelaksanaan jasa yang ditawarkan adalah angkutan penumpang dalam dan luar kota serta pengantaran paket dan barang. Nama perusahaan yang berupa deretan angka 4 dan 8 memiliki arti sendiri, yaitu diambil dari awal berdirinya perusahaan tanggal 4 bulan 8 (Agustus).

Perusahaan 4848 *travel* ini merupakan salah satu perusahaan jasa transportasi yang melayani penumpang antar jemput hingga ke depan rumah, ini merupakan pelayanan yang di unggulkan oleh 4848 *travel* guna meningkatkan kualitas jasa terutama dalam pelayanannya.

Berdasarkan definisi yang dikemukakan oleh **Lupioyadi (2008:181)** mendefenisikan kualitas pelayanan sebagai faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan dimana kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen dan sebagai strategi untuk mempertahankan diri dan mencapai kesuksesan dalam menghadapi persaingan. Berdasarkan definisi diatas, maka disimpulkan kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan produk yang berpengaruh dari persepsi kinerja sesuai dengan yang diharapkan pelanggan. Maka pelanggan juga akan mempunyai niat untuk menggunakan atau membeli produk dari perusahaan tersebut. Berikut adalah jumlah pengguna jasa 4848 *travel* dari oktober 2009 – Desember 2011 :

Tabel 1.1 Jumlah Penumpang per-bulan *4848 travel* dari tahun 2011 – Desember 2013

Periode (bulan)	Banyaknya Penumpang per Tahun		
	2011	2012	2013
January	4.898	4.113	2.898
February	4.454	4.828	2.876
March	4.110	4.796	1.598
April	4.530	4.560	4.347
May	3.906	4.559	3.720
June	3.990	4.393	3.376
July	4.304	4.210	4.704
August	4.453	3.905	4.931
September	4.131	3.750	3.690
October	3.502	3.870	3.897
November	3.323	3.990	3.717
December	3.605	3.676	4.337
Total	**49.206**	**50.650**	**44.091**

(Sumber : Manajemen 4848 *Travel*, Desember 2013)

Berdasarkan tabel 1.1 menunjukan bahwa 4848 *travel* belum mampu mempertahankan atau bahkan meningkatkan jumlah penumpang, walaupun penambahan rute meupakan salah satu strategi yang menarik konsumen agar menggunakan jasa 4848 *Travel*, namun strategi ini belum secara optimal menjadikan citra merek 4848 *travel* baik di mata konsumen. Hal ini dibuktikan oleh tabel diatas dimana dalam satu tahun penuh terjadi kenaikan dan penurunan penumpang yang cukup signifikan, hal ini juga menunjukan 4848 *travel* tidak konsisten dalam menjaga konsumennya terutama ketika terjadi kenaikan penumpang. Hal ini di duga dikarenakan banyaknya pesaing baru yang bergerak di bidang yang sama.

Menurut **Eskandarian Mahnaz et al, 2011 didalam *Jurnal International Conference on Business, Economics and Tourism Management*** menjelaskan hubungan kuat dan signifikan antara *Service quality* pada *Brand Image*, kualitas

pelayanan yang baik dan pengalaman pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepercayaan merek yang berdampak pada reputasi merek. Ketika konsumen merasa puas akan sebuah pelayanan yang diberikan maka berdampak pada citra merek (brand image). Adapun menurut **Indriani dan Hendiarti (2009:92)** mengemukakan **"**Konsumen dengan citra yang positif terhadap suatu merek lebih memungkinkan untuk melakukan pembelian. Merek yang kuat dengan citra merek yang positif akan menjadikan pertahanan yang kuat dalam pemasaran dan kualitas perusahaan**".** Berdasarkan kedua hasil penelitian diatas, maka suatu niat beli konsumen terhadap suatu produk didasari oleh citra merek dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan kepada konsumennya. Apabila citra merek dan kualitas pelayanan suatu perusahaan positif dimata masyarakat maka berdampak positif terhadap niat beli konsumen dan begitu juga sebaliknya.

Namun dari permasalahannya perusahaan telah melakukan pelayanan dan memberikan kualitas yang baik kepada konsumen, tetapi citra merek dari perusahaan tersebut tidak begitu baik di mata masyarakat. Maka dari permasalahan tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai "**Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Jasa Terhadap Niat Beli pada 4848 *travel*".**

1.2. Identifikasi dan Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan di atas, selanjutnya dapat diidentifikasi masalah penelitian yaitu bahwa niat masyarakat untuk menggunakan 4848 *travel* diduga konsisten. Hal ini diduga berkaitan erat dengan citra dan kualitas jasa dari 4848 *travel* itu sendiri.

Oleh karena itu, penulis menarik rumusan masalah untuk dapat memfokuskan penelitian ini, hal ini dibuat agar penelitian tidak menyimpang dari arah tujuan penelitian.

Rumusan masalah tersebut yaitu:

1. Bagaimana citra merek 4848 *travel* ?
2. Bagaimana kualitas jasa 4848 *travel* ?

3. Bagaimana niat beli konsumen 4848 *travel* ?
4. Seberapa besar pengaruh citra dan kualitas jasa terhadap niat beli konsumen 4848 *travel* ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui citra 4848 *travel* dimata masyarakat.
2. Untuk mengetahui kualiatas jasa 4848 *travel* dimata masyarakat.
3. Untuk mengetahui seberapa besar niat masyarakat untuk menggunakan 4848 *travel*.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh citra dan kualitas jasa terhadap niat masyarakat untuk menggunakan 4848 *travel*.

1.4. Kegunaan Penelitian

Dengan dilaksanakan penelitian ini diharapkan dapat memberikan hasil yang bermanfaat sejalan dengan tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Akademisi

   Dapat dijadikan bahan pengembangan yang lebih mendalam untuk mengkaji bidang ilmu Manajemen Pemasaran khususnya Perilaku Konsumen terkait dengan citra dan kualitas layanan jasa pada sektor jasa transportasi 4848 *travel*.
2. Implikasi Manajerial

   Penelitian ini diharapkan dapat menambah gagasan pemikiran dan bahan masukan dalam pengambilan keputusan perusahaan khususnya dalam bidang citra dan kualitas jasa dalam menciptakan minat masyarakat terhadap 4848 *travel*.