

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Didalam era modern sekarang ini, alat transportasi merupakan suatu kebutuhan yang penting bahkan tidak terpisahkan oleh masyarakat. Hal ini menandakan bahwa permintaan akan berbagai jenis produk jasa oleh masyarakat saat ini, memang sedemikian besarnya dan tentunya menjadi suatu peluang bagi perusahaan jasa untuk fokus pelanggan dan mencari strategi untuk menarik konsumen agar membeli jasa yang ditawarkan oleh perusahaan jasa dan diharapkan menguntungkan bagi pihak produsen dan konsumen.

Sebagai kota besar yang jumlah penduduknya sangat padat, kota Semarang memiliki berbagai aktivitas-aktivitas perkotaan yang padat pula. Seiring dengan pertambahan jumlah penduduk kota Semarang semakin meningkat pula aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat Semarang sehingga diperlukan mobilitas yang tinggi dalam pergerakan untuk melakukan aktivitas-aktivitas tersebut.

Pemerintah kota Semarang telah menyediakan armada transportasi massal berbasis bus yang lebih handal, cepat, dan efisien untuk mengurangi masalah transportasi perkotaan di Semarang. Pemerintah kota Semarang bersama Dinas Perhubungan dan PT Trans Semarang menyediakan *Bus Rapid Transit (BRT)* Semarang. *Bus Rapid Transit* atau disingkat *BRT* adalah sebuah sistem bus yang cepat, nyaman, aman dan tepat waktu dari infrastruktur, kendaraan dan jadwal. BRT mempunyai ciri-ciri yaitu, tempat pemberhentian khusus, bus khusus, sistem

ticketing khusus, jalur khusus, frekuensi pelayanan sering dan teratur sepanjang hari. BRT Semarang menggunakan bus khusus yang berkapasitas 83 penumpang, dengan jalur yang digunakan *mix traffic*. BRT mempunyai frekuensi kendaraan yang terjadwal dan hanya berhenti pada halte atau shelter yang telah ditentukan (Dinas Perhubungan, Komunikasi, dan Informatika Kota Semarang). Dengan adanya BRT akan dapat mengurangi masalah transportasi yang terjadi di lalu lintas kota Semarang karena BRT mampu mengangkut penumpang dalam jumlah banyak. BRT Semarang yang mulai diresmikan pada tanggal 2 Mei 2009 dikelola oleh PT Trans Semarang.

Data resmi yang ditunjukkan BRT Semarang menunjukkan masih ada keluhan yang dapat dilihat pada tabel rekapitulasi keluhan dan saran terkait BRT Semarang tahun 2017.

Tabel 1.1
TABEL REKAPITULASI KELUHAN BRT TRANS SEMARANG
TAHUN 2017

Bulan	Koridor						Saran	Total
	1	2	3	4	5	6		
Januari	11	3	0	2	0	0	9	16
Februari	10	8	0	8	0	0	7	26
Maret	10	11	5	16	0	0	14	42
April	13	10	0	2	7	0	38	38
Mei	21	21	3	18	15	0	38	81
Juni	7	3	1	5	3	3	14	22
Juli	33	21	8	19	17	16	43	144
Agustus	10	16	4	15	10	2	17	57

Bulan	Koridor						Saran	Total
	1	2	3	4	5	6		
September	18	11	0	15	13	6	27	63
Oktober	12	15	12	16	14	8	38	77
November	18	11	6	15	13	6	30	69
Desember	17	9	1	20	9	2	19	58

Sumber : PT BRT Semarang

Keluhan dan saran tersebut terdiri dari :

1. Pelayanan sopir (kebut-kebutan, merokok, berkata kasar).
2. Kondisi armada (ac, pintu, mesin).
3. Kondisi shelter (rusak, kurang nyaman).
4. Pelayanan petugas tiketing armada.
5. Armada tidak merapat ke shelter.

Melihat uraian-uraian di atas, maka menarik dilakukan suatu penelitian dengan judul : **"PENGARUH KUALITAS LAYANAN, FASILITAS, *PERCEIVED VALUE*, *WORD of MOUTH* DAN TARIF TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN LAYANAN JASA *BUS RAPID TRANSIT* SEMARANG"**.

1.2 Rumusan Masalah

Kepuasan penumpang merupakan faktor utama yang perlu diperhatikan agar penumpang tetap setia dan selalu menggunakan *BRT* Semarang. Namun, masih banyak penumpang yang tidak puas dengan pelayanan yang diberikan oleh *BRT* Semarang yang dibuktikan dengan banyaknya jumlah keluhan dari penumpang

BRT Semarang. Dari masalah penelitian tersebut, dapat ditarik beberapa pertanyaan penelitian, antara lain:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan layanan jasa *Bus Rapid Transit* Semarang ?
2. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap keputusan penggunaan layanan jasa *Bus Rapid Transit* Semarang ?
3. Apakah *perceived value* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan layanan jasa *Bus Rapid Transit* Semarang ?
4. Apakah *word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan layanan jasa *Bus Rapid Transit* Semarang ?
5. Apakah tarif berpengaruh terhadap keputusan penggunaan layanan jasa *Bus Rapid Transit* Semarang ?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini tidak terlalu luas dan lebih terarah, maka peneliti perlu membuat batasan masalah, yang meliputi :

1. Penelitian ini dilakukan untuk meneliti keputusan penggunaan layanan jasa *Bus Rapid Transit* Semarang.
2. Variabel bebas penelitian ini akan dibahas tentang pengaruh Pengaruh Kualitas layanan, Fasilitas, *Perceived Value*, *Word of Mouth* dan Tarif Terhadap keputusan penggunaan layanan jasa *Bus Rapid Transit* Semarang.
3. Penelitian dilakukan pada konsumen *Bus Rapid Transit* Semarang.

4. Kuesioner akan dibagikan kepada para konsumen *Bus Rapid Transit* Semarang.

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan penggunaan layanan jasa Bus Rapid Transit Semarang.
2. Untuk menganalisis pengaruh fasilitas terhadap keputusan penggunaan layanan jasa Bus Rapid Transit Semarang.
3. Untuk menganalisis pengaruh *perceived value* terhadap keputusan penggunaan layanan jasa Bus Rapid Transit Semarang.
4. Untuk menganalisis pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan penggunaan layanan jasa Bus Rapid Transit Semarang.
5. Untuk menganalisis pengaruh tarif terhadap keputusan penggunaan layanan jasa Bus Rapid Transit Semarang.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Penulis
 - a. Penelitian ini dapat menambah wawasan penulis dalam memahami ilmu manajemen pemasaran serta aplikasi-aplikasinya di lapangan.

- b. Penulis dapat menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama di bangku perkuliahan untuk menghadapi masalah konkrit yang terjadi di lapangan.
- c. Sebagai studi banding antara pengetahuan teori dengan praktek yang ada di lapangan.

2. Bagi Perusahaan

- a. Penelitian ini dapat berguna sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan.
- b. Penelitian ini dapat berguna sebagai masukan bagi perusahaan dalam memuaskan pelanggan.

3. Bagi Pembaca

- a. Pembaca dapat menambah wawasan dan pengetahuan khususnya yang berminat dalam bidang pemasaran.
- b. Hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan untuk penelitian lebih lanjut.

1.5 Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini dibagi dalam beberapa bab pembahasan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraikan mengenai latar belakang penulisan, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai tinjauan pustaka yang didalamnya berisi landasan teori sebagai dasar penelitian ini berupa pengertian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini akan dijelaskan rencana dan prosedur penelitian yang dilakukan untuk memperoleh jawaban yang sesuai dengan penelitian, yang berupa pendekatan penelitian, tempat dan waktu penelitian, metode pengambilan sampel, metode pengumpulan data, definisi pengukuran variable.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai gambaran umum perusahaan, objek penelitian meliputi data-data dan hal-hal lain yang dapat digunakan untuk menjelaskan permasalahan yang dibahas pada instansi yang diteliti.

BAB V : HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan diuraikan tentang proses pengolahan data dan analisis hasil penelitian.

BAB VI : PENUTUP

Dalam bab ini akan diuraikan kesimpulan dari hasil analisis serta memberikan saran yang berkaitan dengan kesimpulan untuk perusahaan yang diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Wahyudi Salasa Gama, N. W. (2016). Pengaruh Lokasi, Fasilitas, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pasar Seni Guwang Sukawati). *Vol. 11 No. 1 28 Februari*.
- Alpita, R. (2015). Pengaruh Word Of Mouth Dan Customer Community Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Vixion Di Bangkinang Kota . *Jom Fisip Vol. 2 No. 2 – Oktober* .
- Bobby Karim, A. T. (2015). Pengaruh Fasilitas, Strategi Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Pada Muscle Gym Manado . *Jurnal EMBA 502 Vol.3 No.1 Maret*, 502-513.
- Dewantara, I. H. (2010). Pengaruh Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian Emas 22% Di Kota Kraksaan Kabupaten Probolinggo (Studi Pada Toko Pusaka Mas) .
- Finnan Aditya, A. N. (2015). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Kober Mie Setan Jalan Sim pang Soekarno-Hatta Nomor 1-2 Malang) . *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 22 No. 1 Mei*.
- Heru Triatmaja Eryadi1, E. Y. (2016). Pengaruh Perceived Value Dan Social Influence Terhadap Purchase Intention Smartphone 4g Pada Pelanggan Bandung Electronic Center. *E-Proceeding Of Management : Vol.3, No.1 April* .
- Jamaluddin Nurma Malau, W. H. (2015). Pengaruh Tarif, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Penumpang Bus Rapid Transit (BRT) Trans Semarang Koridor II Terboyo - Sisemut, Ungaran) . *Diponegoro Journal Of Social And Political Of Science* , 1-11.
- Mandey, J. B. (2013). Promosi, Distribusi, Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal EMBA 95 Vol.1 No.4 Desember*, 95-104.
- Muhammad Alfiyan Najib, H. S. (2016). Analisis Pengaruh Brand Awareness, Dan Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Produk Deterjen Merek Boom Di Kabupaten Bojonegoro). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia Volume XV, No. 1, Mei* , 62-73.
- Rosyid Wasiun, H. S. (2015). Pengaruh Pelayanan Sistem Online, Tarif, Dan Publikasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Tiket Kereta Api Relasi Semarang – Jakarta (Studi Kasus Pada PT.Kereta Api Indonesia

DAOP IV Semarang Tawang) . *Diponegoro Journal Of Social And Political Of Science* , 1-11.

Selvany Chichilia Lotulung, J. L. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Wom (Word Of Mouth) Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Evercoss Pada Cv.Tristar Jaya Globalindo Manado . *Jurnal EMBA* 817 Vol.3 No.3 Sept. 2015, 817-826.

Siow, N. (2013). Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Pelanggan Pengaruhnyaterhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Satria Fu150 Di Kota Manado . *Jurnal EMBA* 1069 Vol.1 No.3 September, 1069-1078.

Stefanus Heri Prasetyo, Y. D. (2015). Pengaruh Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Android Dengan Word Of Mouth Positif Sebagai Variabel Moderasi . *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan* Vol. 15 Edisi Khusus April , 159-166.

Wiwaha, I. R. (2017). Pengaruhwordofmouthdanbrandimagerterhadap Keputusanpenggunaansalonkecantikanpada Konsumenmiloffbeautybar. *Jurnal Ilmiah WIDYA Ekonomika Volume 1 Nomor2 Oktober* .

Yazia, V. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Blackberry (Studi Kasus Blackberry Center Veteran Padang) . *Journal Of Economic And Economic Education* Vol.2 No.2, 165-173.