

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Di era modern ini masyarakat mempunyai aktivitas yang beragam dan untuk memenuhi aktivitas tersebut masyarakat memerlukan adanya transportasi. Jasa transportasi adalah suatu usaha atau kegiatan yang mengangkut atau membawa penumpang dan barang dari satu tempat ke tempat lainnya dengan menggunakan alat bermotor maupun tidak bermotor baik melalui darat, air dan udara [1]. Transportasi dinilai sebagai hal yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat, hal tersebut merupakan peluang bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa transportasi untuk meraih keuntungan (*profit*).

Saat ini persaingan bisnis semakin ketat, dimana untuk meningkatkan keuntungan (*profit*) perusahaan harus memiliki strategi dan tindakan yang tepat. Dalam menjalankan usahanya, perusahaan berusaha untuk memenuhi kebutuhan konsumen agar dapat memberikan kepuasan bagi konsumen sehingga akan memperoleh peningkatan jumlah pengguna jasa.

Salah satu cara yang dapat dilakukan perusahaan untuk meningkatkan jumlah pengguna jasanya adalah dengan mewujudkan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan [2]. Kemudian, dengan terwujudnya kepuasan konsumen dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan di masa yang akan datang. Karena konsumen yang puas terhadap barang dan jasa cenderung akan melakukan pembelian ulang, bercerita dengan orang terdekat mengenai produk tersebut, dan lain sebagainya. Tingkat kepuasan konsumen dapat dipengaruhi dari beberapa variabel pemasaran seperti produk, harga, promosi, lokasi, kualitas pelayanan, fasilitas, dan suasana [2].

Berkaitan dengan upaya mewujudkan kepuasan konsumen, perusahaan dapat mengoptimalkan instrument atau variabel pemasaran secara maksimal sehingga mempengaruhi ekspektasi konsumen terhadap kinerja perusahaan yang pada akhirnya akan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Di antara instrument atau variabel

pemasaran yang dapat dimaksimalkan perusahaan untuk mempengaruhi kepuasan konsumen salah satunya adalah harga. Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa. Harga merupakan bagian yang melekat pada produk yang mencerminkan seberapa besar kualitas produk tersebut. Sementara itu, dari sudut pandang konsumen, harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai bagaimana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa [3]. Jika harga yang dibayar oleh konsumen tinggi dan kualitas atau manfaat yang diterima juga tinggi maka cenderung menghasilkan kepuasan bagi konsumen, dan sebaliknya jika harga yang dibayar oleh konsumen tinggi dan kualitas atau manfaat yang diterima rendah maka cenderung tidak menghasilkan kepuasan bagi konsumen.

Selain itu, faktor yang tidak kalah penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan penyedia jasa adalah faktor kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah suatu proses atau aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan yang dapat dirasakan secara langsung hasilnya, yang pada akhirnya memenuhi harapan pelanggan [4]. Kualitas pelayanan yang tinggi saat ini juga dipandang sebagai sarana bagi perusahaan khususnya dalam bidang jasa transportasi untuk meraih suatu keunggulan bersaing dengan kompetitornya. Manfaat dari kualitas pelayanan yang baik antara lain berkaitan dengan kepuasan konsumen, loyalitas konsumen, menarik calon penumpang baru, dan dapat menaikkan citra jasa transportasi tersebut dipikiran konsumen.

CV. Pratama Makmur Jaya, merupakan salah satu perusahaan otobus penyedia jasa transportasi yang telah lama berdiri di Sumatera Utara sejak tahun 1992 dengan menyediakan jasa transportasi ke berbagai daerah di Sumatera, salah satunya adalah trayek/tujuan dari Medan ke Dumai dan Dumai ke Medan. Sesuai dengan hasil wawancara dengan karyawan, dalam sehari keberangkatan mobil CV. Pratama Makmur Jaya dari Medan ke Dumai sebanyak 8 trip dan sebaliknya juga demikian. Lain halnya pada saat libur hari besar, biasanya perusahaan akan menambah jumlah armada sesuai dengan lonjakan jumlah penumpang. Pembelian tiket keberangkatan dapat dibeli langsung pada loket-loket yang tersedia di Medan ataupun Dumai, dimana setiap tiket telah diberi penomoran kursi dan hanya dapat ditempati oleh satu penumpang disetiap kursinya.

Dalam memenuhi kepuasan konsumen, CV. Pratama Makmur Jaya Medan berusaha untuk memberikan layanan yang baik untuk konsumennya. Salah satu bentuk

layanan yang diberikan perusahaan CV. Pratama Makmur Jaya Medan dengan memberikan makanan ringan untuk setiap penumpang pada saat perjalanan. Namun dari hasil observasi yang dilakukan pada CV. Pratama Makmur Jaya Medan dan dibandingkan dengan perusahaan otobus lainnya diketahui bahwa, harga antara CV. Pratama Makmur Jaya Medan lebih tinggi dibandingkan dengan beberapa kompetitor lainnya. Harga tiket untuk sekali perjalanan ke tujuan/ trayek Medan ke Dumai atau sebaliknya pada CV. Pratama Makmur Jaya adalah Rp.210.000,00, pada PO. Rajawali adalah Rp.195.000,00, pada PO. Medan Jaya Rp.185.000,00, sedangkan pada PO. Pinem Lauguna adalah Rp.170.000,00. Semakin tinggi harga yang dibayarkan oleh konsumen maka akan semakin tinggi pula sensitivitas ekspektasi pelanggan atas suatu produk yang dibelinya. Ketika hasil yang dirasakan konsumen tidak dapat memenuhi ekspektasinya, hal ini dapat mengakibatkan konsumen merasa kurang puas dan mulai mencari dan menggunakan jasa transportasi lain.

Setiap perusahaan selalu berupaya dalam memenuhi kepuasan konsumen, salah satunya dengan memberikan pelayanan yang terbaik. Dalam memberikan kualitas pelayanan yang baik, CV. Pratama Makmur Jaya Medan selalu memperhatikan keamanan dan kenyamanan armada yang akan digunakan dengan cara melakukan pemeriksaan mesin kendaraan dan membersihkan fasilitas yang terdapat didalam bus sebelum melakukan perjalanan. Namun pemberian kualitas pelayanan yang aman dan nyaman ini belum dapat di sesuaikan dengan pengelolaan waktu yang baik sehingga menjadi salah satu faktor yang mengakibatkan ketelambatan waktu keberangkatan pada CV. Pratama Makmur Jaya Medan. Hal ini menjadi keluhan dari konsumen karena akan turut berdampak pada keterlambatan waktu tiba ditujuan. Peneliti juga melihat bahwa perusahaan CV. Pratama Makmur Jaya Medan ini hanya memiliki satu loket saja di Medan. Hal ini dianggap kurang efektif dan efisien bagi konsumen yang berada jauh dari lokasi loket CV. Pratama Makmur Jaya Medan. Hal-hal tersebut dapat berakibat buruk bagi perusahaan karena akan mempengaruhi minat dan kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa perusahaan tersebut.

Berdasarkan pada uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul: **“Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen CV. Pratama Makmur Jaya Medan”**.

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka pokok masalah yang dijadikan fokus penelitian sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada CV. Makmur Pratama Jaya Medan?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada CV. Makmur Pratama Jaya Medan?
3. Apakah terdapat pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada CV. Makmur Pratama Jaya Medan?

## 1.3. Ruang Lingkup Penelitian

Penulis dalam hal ini membatasi masalah kepuasan konsumen yang berhubungan dengan harga dan kualitas pelayanan. Sehingga masalah yang diteliti hanya sekitar pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Adapun variabel penelitiannya:

1. Variabel Bebas

X1 : Harga

X2 : Kualitas Pelayanan

2. Variabel Terikat

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen (Y).

3. Objek penelitian yang akan diteliti dalam hal ini adalah konsumen pada CV.

Makmur Pratama Jaya Medan.

4. Tahun pengamatan: 2018.

## 1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada CV. Makmur Pratama Jaya Medan.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada CV. Makmur Pratama Jaya Medan dan penyebab keterlambatan waktu keberangkatan.

3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada CV. Makmur Pratama Jaya Medan.

### 1.5. Manfaat Penelitian

#### a. Manfaat Teoritis

Bagi para peneliti, penelitian diharapkan menjadi referensi dan wacana untuk mengembangkan ilmu pengetahuan tentang ilmu pemasaran khususnya yang berhubungan dengan harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

#### b. Manfaat Praktis

Bagi perusahaan hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi CV. Makmur Pratama Jaya Medan dalam membentuk harga dan memberikan kualitas pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen.

### 1.6. Originalitas

Dalam originalitas, penelitian ini merupakan replikasi dan pengembangan dari penelitian terdahulu dilakukan oleh Devilia Efendi pada tahun 2016 dengan judul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di PT. Rosalia Indah Waru, Sidoarjo”** adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu:

- a. Penelitian terdahulu melakukan penelitian pada PT. Rosalia Indah Waru, Sidoarjo, penelitian ini melakukan penelitian pada CV. Makmur Pratama Jaya Medan.
- b. Penelitian terdahulu menggunakan kualitas pelayanan sebagai variabel bebas dan kepuasan konsumen sebagai variabel terikat, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan harga dan kualitas pelayanan sebagai variabel bebas dan kepuasan konsumen sebagai variabel terikat. Alasan peneliti menambah variabel diatas adalah karena harga merupakan bagian yang melekat pada produk yang mencerminkan seberapa besar kualitas produk tersebut dan menjadi salah satu hal yang sering dijadikan indikator kualitas bagi konsumen.
- c. Tahun penelitian terdahulu pada tahun 2016, sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2018.