

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era kemajuan teknologi saat ini akses transportasi memiliki peranan penting dalam penilaian penggunaan jasa transportasi, untuk itu sistem pelayanan pembelian tiket menjadi salah satu penilaian pengguna jasa untuk menggunakan jasa transportasi angkutan bus umum, sistem pelayanan dan pembelian tiket yang baik dapat membantu tercapainya penjualan produk dan jasa yang ditawarkan sesuai dengan keinginan penumpang, hal ini akan tercapai tergantung bagaimana kualitas sistem pelayanan jasa yang diberikan perusahaan transportasi. Disamping itu penjualan tiket dapat meningkatkan laba dalam mengembangkan operasional perusahaan. Oleh karena itu, untuk meningkatkan penjualan, perusahaan harus meningkatkan sistem pelayanan agar pengguna jasa mudah dalam mengambil keputusan dalam pembelian produk dan jasa perusahaan.

PT.Atlas merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa transportasi bus angkutan umum yang berdiri sejak tahun 1970 di kota Medan yang beralamat di Jl.Gagak Hitam No.78 Medan Sunggal, Sumatera Utara. Perusahaan ini memiliki beberapa cabang di kota Medan untuk memudahkan para penumpang untuk membeli tiket bus. PT.Atlas menyediakan beberapa tipe armada bus, yaitu tipe *standart*, *executive*, dan *executive VIP*. Dari hasil wawancara antara pihak peneliti dan pihak perusahaan untuk permasalahan loyalitas konsumen diperoleh penurunan pada kepuasan konsumen terhadap kualitas jasa yang diberikan pihak perusahaan. Dari data keluhan yang diperoleh perusahaan setiap bulannya terjadi peningkatan di bulan Juli sebanyak 5 orang, seperti misalnya kurangnya keamanan bagi konsumen yang berada di luar area tunggu dan kurang besarnya ruang tunggu penumpang saat menunggu jam keberangkatan bus untuk berangkat yang akan menimbulkan kurangnya ketidak-nyamanan penumpang pada saat menunggu serta minimnya keramah-tamahan komunikasi antara karyawan pada konsumen. Dalam sistem pembelian tiket ada beberapa yang mempengaruhi keputusan pembelian tiket, banyak perusahaan yang sudah melakukan pelayanan penjualan tiket secara online yang dapat memudahkan konsumen dalam pemesanan tanpa harus membeli secara langsung ke loket penjualan tiket. Saat ini PT.Atlas masih menjual tiket menggunakan sistem pelayanan manual

yaitu datang langsung ke loket atau melakukan pemesanan dengan menghubungi pihak perusahaan melalui via telepon. Dalam meningkatkan penjualan perusahaan harus memperhatikan keputusan pembelian karena dengan adanya keputusan pembelian adanya penjualan, hal ini akan terjadi penurunan penjualan tiket yang dapat mempengaruhi loyalitas pengguna jasa.

Ketepatan waktu atau *timeline* yaitu aspek pendukung relepansi, tersedianya informasi dalam pengambilan keputusan sebelum informasi tersebut kehilangan kapasitas pengaruhnya dalam mempengaruhi keputusan. Ketepatan waktu atau keterlambatan keterlambatan dapat terlihat dari lamanya jadwal keberangkatan yang telah ditetapkan perusahaan dan banyaknya pengguna jasa yang memiliki waktu yang terbatas untuk menunggu jam keberangkatan. Terlihat dari keluhan pengguna jasa di setiap bulannya terjadi peningkatan di bulan Juni sebanyak 10 orang yang mengeluh dikarenakan telatnya jam keberangkatan.

Selain ketepatan waktu, daya beli masyarakat juga menjadi faktor penting dalam penjualan tiket transportasi. Faktor yang mempengaruhi daya beli pengguna jasa biasanya adalah tingkat pendapatan, kebiasaan pengguna jasa dan juga kebutuhan akan suatu perjalanan. Telah terjadi penurunan penjualan tiket selama satu tahun yang terjadi di bulan Februari yang tidak tercapainya target sebanyak Rp.54.349.000- penjualan tiket tahun 2018. Persentase tertinggi pencapaian target penjualan tiket pada bulan Juni sebanyak Rp.200.170.000,- terjadi dikarenakan pada hari besar keagamaan. Pendapatan pengguna jasa juga menjadi faktor penting dalam daya beli, hal ini dikarenakan keinginan pengguna jasa untuk membeli tiket untuk mudik atau pulang ke kampung halaman pada hari besar keagamaan. Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka peneliti memberikan judul pada penelitian ini **“Pengaruh Sistem Pelayanan Pembelian Tiket, Ketepatan Waktu dan Daya Beli Masyarakat Terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Menggunakan Jasa Transportasi Bus di PT.ATLAS”**

1.2 Identifikasi Masalah

- 1) Sistem pelayanan yang diberikan masih belum memenuhi keinginan penumpang bagi pengguna jasa transportasi.
- 2) Ketepatan waktu keberangkatan yang masih kurang efektif sehingga menyebabkan keluhan pada pengguna jasa transportasi.
- 3) Daya beli masyarakat yang masih kurang menarik minat pengguna jasa transportasi.

- 4) Penurunan loyalitas pengguna jasa transportasi yang terlihat dari tidak tercapainya target penjualan.

1.3 Rumusan Masalah

- 1) Bagaimana pengaruh sistem pelayanan pembelian tiket terhadap loyalitas pengguna jasa menggunakan jasa transportasi bus di PT.ATLAS?
- 2) Bagaimana pengaruh ketepatan waktu terhadap loyalitas pengguna jasa menggunakan jasa transportasi bus di PT.ATLAS?
- 3) Bagaimana pengaruh daya beli masyarakat terhadap loyalitas pengguna jasa menggunakan jasa transportasi bus di PT.ATLAS?
- 4) Bagaimana pengaruh sistem pelayanan, ketepatan waktu, daya beli masyarakat terhadap loyalitas pengguna jasa transportasi bus di PT.ATLAS?

1.4 Landasan Teori

1.4.1 Sistem Pelayanan

Menurut moenir (2010:26) pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor materi melalui sistem, prosedur dan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya.

1.4.2 Ketepatan Waktu

Menurut Suwardjono (2014:170), ketepatan waktu adalah tersedianya informasi bagi pembuat keputusan pada saat dibutuhkan sebelum informasi tersebut kehilangan kekuatan untuk mempengaruhi keputusan.

Menurut Wahab, Arfan, dan Bakar (2012), dalam penelitiannya menyatakan bahwa ketepatan waktu atau *timelines* merupakan salah satu faktor penting dalam menyajikan suatu informasi yang relevan.

Menurut Sunyoto (2015:23) menyatakan keputusan pembelian merupakan perilaku yang ditunjukkan oleh orang-orang dalam merencanakan, membeli dan menggunakan barang-barang ekonomi dan jasa-jasa.

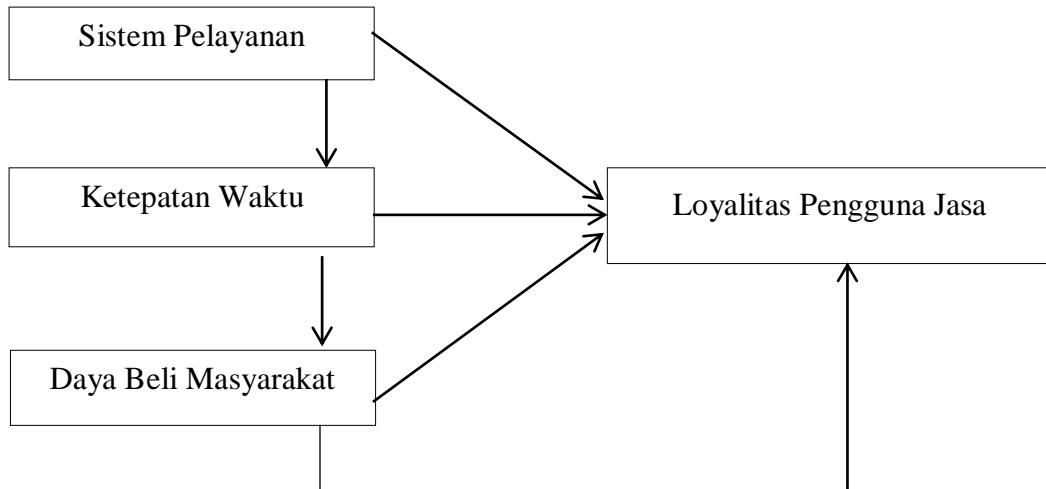
1.4.3 Daya Beli Masyarakat

Menurut Putong (2010:32), daya beli adalah kemampuan konsumen membeli banyaknya jumlah barang yang diminta pada suatu pasar tertentu, pada tingkat pendapatan tertentu dan dalam periode tertentu”.

Menurut Supawi (2016), daya beli adalah kemampuan masyarakat sebagai konsumen untuk membeli barang atau jasa yang di butuhkan.

Menurut Yulia dan Rudi (2013:4), mengacu pada pendapat Schiffman dan Kanuk, menyatakan minat beli merupakan kemungkinan bahwa konsumen berencana atau mau untuk membeli sebuah produk atau jasa dikemudian hari.

1.5 Kerangka Konseptual



- H₁: Sistem pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pengguna jasa menggunakan jasa transportasi bus di PT. ATLAS
- H₂: Ketepatan waktu berpengaruh terhadap loyalitas pengguna jasa menggunakan jasa transportasi bus di PT. ATLAS
- H₃: Daya beli masyarakat terhadap loyalitas pengguna jasa menggunakan jasa transportasi bus di PT. ATLAS
- H₄: Sistem pelayanan, ketepatan waktu dan daya beli pengguna jasa berpengaruh terhadap loyalitas pengguna jasa menggunakan jasa transportasi bus di PT. ATLAS