

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Transportasi merupakan salah satu sarana yang sangat penting dalam melakukan mobilitas baik melakukan pekerjaan, sekolah, pariwisata, penelitian maupun *travelling*. dengan demikian, akan berdampak signifikan pada kegiatan seperti angkutan penumpang, dan harus dipersiapkan dengan baik dan benar. Transportasi terdiri dari transportasi udara, laut dan darat. Dimana transportasi darat merupakan salah satu moda transportasi yang menjadi perhatian pemerintah dan juga pengguna jasa transportasi karena harganya yang murah, dimana transportasi darat masih menjadi prioritas masyarakat Indonesia (Anggraini & Rahmidani, 2019). Oleh karena itu, banyak perusahaan jasa transportasi yang berkompetisi untuk memberikan pelayanan yang lebih baik kepada konsumen, pemesanan yang lebih mudah, armada yang lebih nyaman, ketepatan waktu, dll. (Noor & Musdalifah, 2019).

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 tersebut khususnya pada moda transportasi darat. Salah satu sarana transportasi yang masih dipergunakan masyarakat Indonesia yakni bus, baik itu bus antar provinsi, bus antar kota dan bus perkotaan yang menawarkan berbagai alternatif tujuan yang berbeda-beda. Alat transportasi perkotaan yang digunakan disetiap kota yaitu angkutan kota (angkot).

Pada akhir tahun 2021, sudah beroperasi layanan angkutan umum perkotaan di Kabupaten Banyumas yaitu layanan Bus dengan konsep *Buy The Service (BTS)* Trans Banyumas. Layanan Bus Trans Banyumas masuk ke dalam program Teman Bus dari Kementerian Perhubungan bersama beberapa kota lain yang telah mengadakan layanan ini seperti Palembang, Solo, Bali, Medan, dan Yogyakarta. Menurut Taryono (2021), layanan Bus Trans Banyumas melayani 3 koridor dari 5 koridor yang diajukan kepada Kementerian Perhubungan. Tiga koridor yang dilayani Bus Trans Banyumas yaitu Koridor 1 Terminal Pasar Pon –Terminal Ajibarang, Koridor 2 Terminal Notog –Terminal Baturraden, dan Koridor 3 Terminal Bulupitu –Terminal Kebondalem. Beroperasinya layanan angkutan umum perkotaan Trans Banyumas menjadi suatu loncatan besar yang baik bagi Kabupaten Banyumas khususnya dalam bidang transportasi (Putro, 2022).

Bus Trans adalah layanan angkutan massal *BRT (Bus Rapid Transit)* di berbagai kota, salah satunya di kota Purwokerto dengan tujuan agar masyarakat lebih mudah mengakses suatu tempat ke tempat lainnya untuk melakukan kegiatan tertentu tanpa menggunakan transportasi pribadi, serta memberikan jasa angkutan yang lebih cepat, nyaman, ber AC dilengkapi dengan CCTV namun dengan harga terjangkau. Berdasarkan informasi dari dinas perhubungan Banyumas, bus Trans Banyumas memiliki kapasitas penumpang sebanyak 40, dengan rincian 20 orang duduk dan 20 orang berdiri dengan pegangan tangan, serta dilengkapi fasilitas tempat duduk prioritas untuk para

penumpang lanjut usia, ibu hamil, penumpang dengan anak serta penumpang berkebutuhan khusus (serayunews.com).

Adapun permasalahan yang kerap terjadi pada layanan Bus Trans Banyumas seperti seringnya Bus tidak datang sesuai waktu yang dijadwalkan dan pemeliharaan halte yang belum optimal. Halte yang belum optimal seperti tidak ada lampu, atap, kursi, papan informasi, dan tidak terdapat tempat sampah. Ini merupakan masalah yang harus diperbaiki oleh pihak dari Bus Trans Banyumas. Kendala lain yang dirasakan oleh masyarakat mengenai kartu yang digunakan sebagai alat pembayaran. Antara lain, lokasi pembelian atau pengisian ulang saldo pada jasa bus Trans Banyumas tidak ada di berbagai koridor. Melainkan hanya ada di bank dan tempat perbelanjaan seperti Indomaret, Alfamart, dan Alfamidi.

Dari kekurangan-kekurangan yang terdapat pada fasilitas dapat disimpulkan bahwa, demi terjaganya kepuasan masyarakat pada jasa Bus Trans Banyumas sebaiknya perusahaan mengambil tindakan agar kekurangan tersebut mampu di minimalisirkan agar konsumen akan tetap loyal terhadap jasa tersebut. Dengan demikian, perusahaan Trans Banyumas dapat memberikan pelayanan yang berkualitas serta fasilitas yang sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh konsumen agar konsumen merasa puas.

Kepuasan adalah tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk jasa yang diterima dengan yang diharapkan Lupiyoadi (2013). Sedangkan menurut Tjiptono (2015) kepuasan pelanggan merupakan perbandingan antara harapan pelanggan terhadap jasa

yang diterima dan harapannya sebelum menggunakan jasa tersebut. Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang dimiliki seseorang berdasarkan perbandingan antara kenyataan yang diperoleh dengan harapan yang dimiliki oleh konsumen. Semakin baik pelayanan yang diberikan oleh Trans Banyumas maka tingkat kepuasan pelanggan juga semakin tinggi. Faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen diantaranya adalah kualitas pelayanan, fasilitas dan persepsi harga.

Faktor pertama yang memengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Menurut Kotler (2000) dalam Santosa (2021) kualitas pelayanan merupakan totalitas dari karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Konsumen akan menilai pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dengan membandingkan dari perusahaan satu dengan perusahaan lain yang sejenis, juga dengan membandingkan pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diharapkannya. Sedangkan menurut Lupiyoadi (2013) kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan kepada pelanggan sesuai dengan harapan sehingga pelanggan merasa puas. Oleh sebab itu, baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan perusahaan dan stafnya memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

Hal ini diperkuat oleh penelitian Prasetyo, dkk (2021); Setiawan (2021); Palelu, dkk (2022); Kurniawan, dkk (2019); Sudaryana (2020); Fausta, dkk (2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan hasil penelitian Andalusi

(2018); Kasinem (2020) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan penelitian dari Suriyanto, dkk (2019); menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Selanjutnya yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah fasilitas. Menurut Tjiptono (2014), fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas terdiri dari kondisi fasilitas, desain, *interior*, *ekterior* dan kebersihan tempat. Fasilitas pada usaha bidang jasa sangat penentuan kepuasan konsumen. Semakin lengkap dan baik fasilitas yang ada di Trans Banyumas maka semakin puas konsumen dan akan terus kembali menggunakan jasa transportasi Trans Banyumas.

Hal ini akan berpengaruh terhadap kenyamanan konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh Prasetyo, dkk (2021), Maryati dan Husda (2022), Dedy dan Alfiandi (2022), Lubis, dkk (2020), Willian dan Purba (2020), Andari dan Mulyantomo (2020), Nur dan Fadili (2021), Kurniawan dan Soliha (2022), menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Akan tetapi penelitian lain yang menyatakan fasilitas berpengaruh negatif terhadap kepuasan konsumen Dewantoro, dkk (2020). Sedangkan penelitian dari Apriliani, dkk (2022) menunjukkan bahwa fasilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Adapun faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu persepsi harga, dimana masyarakat memiliki persepsi bahwa harga yang

ditetapkan oleh perusahaan jasa transportasi umum Trans Banyumas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Menurut (Tjiptono, 2019) mendefinisikan harga adalah jumlah yang mengandung tingkat kepuasan tertentu yang diperlukan untuk memperoleh suatu barang atau jasa. Sedangkan Schiffman dan Kanuk (2007) dalam Tonce dan Rangga (2022) mendefinisikan persepsi harga adalah bagaimana pelanggan memandang harga tertentu sebagai tinggi, rendah, atau adil, yang memiliki dampak pada pembelian dan kepuasan pelanggan. Jadi dapat disimpulkan bahwa persepsi harga adalah seberapa besar manfaat yang diterima pelanggan yang telah menggunakan suatu barang atau jasa atas biaya yang telah dikeluarkan dan memberikan penilaian apakah harga tersebut layak atau tidak layak. Oleh karena itu perusahaan dapat memberikan umpan balik sesuai dengan biaya yang dikeluarkan oleh pelanggan maka pelanggan akan merasa puas.

Hal ini diperkuat oleh penelitian Prasetyo, dkk (2021), Hijriah, dkk (2020); Suriyanto (2019); Fausta, dkk (2021); Palelu (2022) menyatakan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan hasil penelitian Ningtiyas, dkk (2019) menyatakan bahwa persepsi harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan hasil penelitian dari gofur (2019) dan Ramdhani, dkk (2022) menyatakan persepsi harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian ini replikasi dari Prasetyo, Dkk (2021) yang “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan

Konsumen (Studi Kasus Pada Pelanggan Barbershop Pojur Yogyakarta)”. Adapun perbedaan penelitian ini dengan sebelumnya terletak pada obyek yang diteliti, responden, serta wilayah atau lokasi sasaran penelitian. Penelitian ini dibuat untuk menganalisis pengaruh Kualitas pelayanan, Fasilitas dan Persepsi Harga terhadap kepuasan konsumen. Atas dasar pertimbangan tersebut peneliti membuat penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengguna Bus Trans Banyumas)”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, peneliti membuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Bus Trans Banyumas?
2. Apakah Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Bus Trans Banyumas?
3. Apakah persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Bus Trans Banyumas?

C. Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas, batasan masalah digunakan untuk menghindari penyimpangan serta memperluas topik sehingga penelitian dapat diselesaikan dengan lebih fokus. Dengan tujuan agar penelitian tercapai maka, peneliti membatasi penelitian yang diambil sebagai berikut:

1. Penelitian ini dibatasi pada 4 variabel yang terdiri dari variabel *independent*, kualitas pelayanan (X1), fasilitas (X2), persepsi harga (X3) dan variabel *dependent* (Y) yaitu kepuasan konsumen
2. Penelitian ini dibatasi pada konsumen Bus Trans Banyumas.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang sudah dijelaskan dalam rumusan masalah, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Bus Trans Banyumas.
2. Untuk menganalisis pengaruh positif dan signifikan fasilitas terhadap kepuasan konsumen Bus Trans Banyumas.
3. Untuk menganalisis pengaruh positif dan signifikan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen Bus Trans Banyumas.

E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah disusun maka diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat teoritis dan praktis bagi berbagai pihak antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan yang bermanfaat bagi ilmu pengetahuan dan dapat memberi kontribusi mengenai pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat

digunakan sebagai referensi bagi penelitian serupa dimasa yang akan datang dan mendukung teori yang telah ada sehubungan dengan masalah yang dibahas dalam penelitian ini dan diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai wacana dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dibidang manajemen pemasaran.

2. Manfaat Praktis

a) Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi perusahaan seberapa pentingnya pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas , harga dan kepuasan konsumen menciptakan perusahaan yang lebih baik lagi.

b) Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi mahasiswa/I Universitas Muhammadiyah Purwokerto sebagai referensi dan acuan penelitian.

c) Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat sebagai acuan yang berkaitan dengan minat pembelian serta memperluas ilmu pengetahuan secara praktek dan menambah wawasan akan dunia pemasaran yang merupakan syarat wajib untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.