# BAB I

# PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi transportasi saat ini yang sangat pesat membuat persaingan dalam penyediaan jasa transportasi menjadi sangat tajam dan ketat salah satunya adalah penyediaan jasa transportasi bagi masyarakat luas agar tercapainya kemudahan dan kepuasan masyarakat luas sebagai konsumen dalam menggunakan jasa transportasi yang sangat penting bagi kehidupan.

Transportasi merupakan suatu sarana yang sangat penting dalam membantu roda perekonomian, suatu daerah tidak dapat berdiri sendiri secara total dalam memenuhi kebutuhan daerahnya sendiri, sehingga daerah tersebut membutuhkan daerah lain sebagai pendukung, sarana penghubungnya adalah pengangkutan atau transportasi. Pembangunan daerah, baik bidang ekonomi, pendidikan, pariwisata maupun budaya membutuhkan jasa transportasi yang cukup memadai. Tanpa tranportasi sebagai sarana penunjang tidak akan dapat diharapkan hasil yang memuaskan dalam usaha pembangunan dan peningkatan suatu daerah.

Persaingan antar alat transportasi umum baik darat, laut, udara serta kereta api sangat ketat bahkan saling mematikan. Hampir tak ada batas yang jelas, sehingga semua alat transportasi bisa bersaing di rute yang sama dan akhirnya justru perusahaan yang rugi. Menghadapi kondisi seperti ini para perusahaan jasa harus berusaha memberikan pelayanan yang mempunyai nilai lebih yang berbeda

dengan perusahaan pesaing, supaya terciptanya kepuasan konsumen atau penumpang untuk menggunakan produk jasa yang dimiliki perusahaan.

Mengacu dalam Undang-Undang No 22 tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan yaitu pasal 186 merumuskan "Perusahaan angkutan umum wajib mengangkut orang dan/atau barang setelah disepakati perjanjian angkutan dan/atau dilakukan pembayaran biaya angkutan oleh penumpang dan/atau pengirim barang". Pengertian wajib mengangkut dalam Pasal 186 UU Lintas dan Angkutan Jalan yaitu : agar pihak pengangkut tidak melakukan perbedaaan terhadap pengguna jasa angkutaan, sepanjang pengguna jasa angkutan telah memenuhi persyaratan sesuai perjanjian pengangkutaan yang telah disepakati.

Harga merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan. Banyak perusahaan bangkrut karena mematok harga yang tidak cocok di pasar. Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan perekonomian konsumen, agar konsumen dapat membeli barang tersebut. Sedangkan bagi konsumen, harga merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian. Karena harga suatu produk mempengaruhi persepsi konsumen mengenai produk tersebut. Menurut Walton (2004:17) harga dan kualitas pelayanan memilikipengaruh yang tinggi terhadap kepuasan pelanggan, masih ada sedikit bukti empiris mengeksplorasi hubungan ini. Hal ini merupakan salah satu faktor yang kurang diperhatikan oleh perusahaan, sehingga konsumen akan berpikir lagi untuk menggunakan produk tersebut dan akan merasa tidak puas setelah membeli atau menggunakan barang atau jasa tersebut. Penetapan harga adalah permasalahan nomor satu yang dihadapi banyak eksekutif pemasaran, dan banyak perusahaan tidak menangani

penetapan harga dengan baik. Salah satu masalah yang sering timbul adalah perusahaan terlalu cepat menurunkan harga untuk mendapatkan penjualan daripada meyakinkan pembeli bahwa produknya bernilai lebih layak dihargai tinggi.

Selain harga, Pelayanan merupakan strategi atau kunci berbagai usaha atau kegiatan yang bersifat jasa, untuk meraih persaingan pasar, peningkatan mutu dan bentuk-bentuk pelayanan lain merupakan hal yang sangat mendesak dengan memafaatkanteknologi yang tersedia sehingga menjadi pelayanan yang berkesimbungan dan terpadu. Pelayanannya akan lebih besar dan bersifat menentukan manakala dalam kegiatan-kegiatan jasa di masyarakat itu terdapat kualitas pelayanan yang baik akan menimbulkan dampak positif dalam organisasi atau perusahaan, melalui berbagai cara, teknik, dan metode yang dapat menarik lebih banyak orang yang menggunakan atau memakai jasa atau produk yang dihasilkan oleh organisasi atau perusahaan dan menjadi ciri bagi perusahaan dalam memberikan pelayanan yang memudahkan konsumen atau penumpang agar selalu diingat oleh pelanggan atau masyarakat secara umum.

Di Indonesia transportasi bus merupakan alat transportasi darat yang lumayan banyak peminatnya dibandingkan dengan alat transportasi lainnya seperti kereta api, travel, pesawat terbang dan kapal laut. Hal ini dikarenakan transportasi bus merupakan sesuatu yang sangat praktis bagi masyarakat indonesia pada umumnya. Transportasi bus dipandang sebagai sarana transportasi untuk semua lapisan masyarakat, tidak hanya melayani kalangan atas saja melainkan juga menyediakan untuk lapisan masyarakat kelas menengah ke atas.

Sejak dibukanya Tol Cipularang pada bulan April 2005, memperpendek waktu tempuh Bandung – Bekasi diperkuat dengan hasil wawancara penulis kepada Pak Rian selaku Staf di Bagian Komersil Primajasa bandung yang mengungkapkan penumpang bus primajasa menurun karena banyaknya penumpang yang lebih memilih menggunakan mobil pribadi dan jasa trasportasi lain seperti travel. Hal ini sangat meresahkan pihak primajasa apalagi dengan menjamurnya bisnis travel di Bandung. Di bawah ini dapat dilihat beberapa bisnis travel dan angkutan bus lainya yang berkembang melayani rute Bandung – Bekasi.

**Tabel 1.1**
**Travel dan Jasa Angkutan Transportasi**
**Rute Bandung – Bekasi**

| No | Nama Angkutan Trayek Rute Jurusan Bandung-Bekasi | Harga Tarif Jurusan Bandung-bekasi |
|---|---|---|
| 1 | Xtrans Paster | Rp. 95.000 |
| 2 | Cipaganti Travel | Rp.110.000 |
| 3 | Xtrans Travel Bumi | Rp. 90.000 |
| 4 | City Trans | Rp. 80.000 |
| 5 | Bus Arimbi | Rp. 55.000 |
| 6 | Bus Damri | Rp. 75.000 |
| 7 | Blue Bird Taxi Bandung | Rp. 84.000 |
| 8 | Baraya Travel | Rp. 50.000 |
| 9 | Kereta Api Parahyangan | Rp. 75.000 |
| 10 | Bus Harapan Jaya | Rp. 45.000 |

Sumber : Travel dan Jasa Angkutan Trayek Rute Bandung – Bekasi

PT. Primajasa Perdanarayautama adalah salah satu perusahaan penyedia jasa transportasi bus AKAP Trayek Bandung-Bekasi. PT. Primajasa

perdanarayautama didirikan pada tanggal 6 september 1991. PT. Primajasa perdanarayautama menyelenggarakan kegiatan pokok perusahaan yaitu dalam bidang Angkutan Umum *(Public Transportation)* yang meliputi Angkutan Kota Antar Provinsi (AKAP) dan Antar Kota Dalam Provinsi (AKDP). Taksi, pariwisata dan Angkutan Karyawan. PT. Primajasa Perdanarayautama berafilisasi dengan perusahaan besar yaitu Group Mayasari Bahkti Utama sebagai salah satu pelopor perusahaan Angkutan Umum Bus Kota di Jakarta sejak Tahun 1967.

Di bawah ini Tarif dari bus Primajasa jurusan bandung-bekasi itu sendiri antara lain sebagai berikut :

**Tabel 1.2**

**Jadwal Keberangkatan dan Harga Tiket Bus Primajasa**

| Jenis Bus | Waktu Keberangkatan | Harga Tiket |
|---|---|---|
| EkonomiNon AC seat : 3-2 | 04.30-17.00 | Rp. 30.000 |
| AC 2-2 | 04.30-17.00 | Rp. 52.000 |
| AC Excecutive | 04.30-17.00 | Rp. 60.000 |

Sumber : Terminal Bus Primajasa Jurusan Bandung-Bekasi

Berdasarakan harga tiket tersebut calon penumpang dapat memilih seperti apa bus yang akan mereka tumpangi dengan pelayanan yang tersedia dan kenyamanan yang dimiliki disetiap armada bus itu sendiri.

Berdasarkan hasil survey kepada supir bus primajasa, dalam proses penjualan tiket ini, bus tidak selalu mendapatkan penumpang penuh sesuai kapasitas yang ada dalam armada bus tersebut disebabkan oleh faktor-faktor lain, yaitu banyaknya jasa travel jurusan bandung-bekasi dan banyaknya pesaing dari

armada bus yang lain hanya waktu tertentu saja bus terisi penuh diantaranya pada hari liburan, pada akhir pekan karena mayoritas penumpang banyak sebagai pekerja, mahasiswa dan lain-lain.

Namun dalam hasil survey kepada calon penumpang, mereka menyatakan bahwa jasa yang ditawarkan oleh pihak armada bus kurang memuaskan diantaranya perbandingan harga dan fasilitas yang didapatkan selama perjalan menuju tujuan dirasa masih kurang maksimal. Keadaan ini tidak sesuai dengan harapan perusahan armada bus tersebut, karena masih besar dikeluhan dari konsumen terhdap pelayanan yang diberikan oleh Bus Primajasa. Perbandingan antara harapan dan kenyataan yang diterima konsumen dapat menjadi ukuran bagi konsumen mengenai jasa yang berkualitas. Kepuasan menjadi salah satu masalah yang dihadapi Bus Primajasa.

Banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, adapun faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah

1. Kualitas pelayanan, penumpang puas jika sudah merasakan pelayanan yang baik.
2. Harga untuk calon penumpang yang sensitif, yang biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang terpenting karena penumpang akan mendapatkan *value for money* yang tinggi.

PT. Primajasa Perdanarayautama menyediakan layanan jasa yang beroperasi setiap harinya sekitar 6 kali.Jasa ini diharapkan mampu memberikan kenyamanan dan efisiensi waktu tempuh yang lebih singkat, terutama bagi calon

konsumen pengguna jasa angkutan darat yang tinggal di kota besar seperti Bandung. Namun dalam penyampaian jasa bus eksekutif Primajasa jurusan Bandung-BekasiPT Primajasa Bandung berkenaan dengan kepuasan konsumen. Penulis menemukan fenomena yang terjadi, hal tersebut bisa dilihat adanya fluktuasi jumlah konsumen selama kurun waktu satu tahun terakhir dari bulan Januari 2016 sampai Desember 2016. Adapun datanya dapat dilihat pada Tabel 1.3 sebagai berikut :

**Tabel 1.3**
**Jumlah Pengguna Jasa Transportasi Bus Eksekutif Primajasa**
**Jurusan Bandung-Bekasi**
**Periode Bulan Januari 2016 - Mei 2016**

| Bulan | Jumlah Penumpang |
|---|---|
| Januari | 8.373 |
| Februari | 8.561 |
| Maret | 8.267 |
| April | 8.109 |
| Mei | 8.413 |

Sumber : PT. Primajasa Perdanarayautama Tahun 2016

Berdasarkan dari Tabel 1.2 menunjukan bahwa total penumpang mengalami berfluktuatif, sehingga jumlah pengguna tidak stabil bahkan cenderung menurun. Pengguna jasa bus eksekutif jurusan bandung-bekasi lebih dari 8.000 penumpang perbulannya, tetapi selalu ada kenaikan dan penurunan penumpang bus setiap bulannya. Dapat dilihat dari Tabel 1.2 diatas, pengguna jasa transportasi 8.373 orang dan mengalami kenaikan pada bulan pada bulan Februari 2016dengan jumlah pengguna transportasi sebanyak 8.561, kemudian mengalami penurunan pada bulan Maret 2016 sebanyak 8.267, lalu mengalami penurunan lagi pada bulan April sebanyak 8.109, dan terakhir pada bulan Mei 2016 mengalami kenaikan sebanyak 8.413. Kenaikan dan penurunan ini disebabkan karena konsumen kurang puas dengan atas jasa yang ditawarkan maka dari itu berdasarkan data diatas bahwa pengguna jasa transportasi bus eksekutif primajasa Jurusan Bandung-Bekasi menggalami penurunan setiap bulannya.

Terdapat pula penelitian awal yang dilakukan oleh penulis mengenai harga dan kualitas pelayanana terhadap konsumen bus primajasa excecutive sebanyak 6 pernyataan, diantaranya mengenaiHarga, Pelayanan, dan Kepuasan. Hal tersebut untuk mengetahui permasalahan yang sebenarnya terjadimenyangkut tanggapan penumpang tentang pelayanan yang di berikan karyawan Bus Excecutive Primajasa jurusan Bandung-Bekasi dan Harga yang diberikan oleh Primajasa. Dengan cara menyebarkan kuesioner yang dibagikan kepada penumpang Bus Excecutive Primajasa jurusan Bandung-Bekasi sebanyak 50 responden.Berikut beberapa pernyataan yang diajukan kepada setiap responden.

**Tabel 1.4**

**Hasil Pra Koesioner Pendahulan Pada Pengguna Jasa Bus Excecutive Primajasa Jurusan Bandung-Bekasi**

| No | Pertanyaan | Jawaban | | Total |
|---|---|---|---|---|
| | | Ya | Tidak | |
| 1 | Kepuasan Konsumen*(Customer Satisfaction):* | | | |
| | 1. Puas terhadap pelayanan yang diberikan bus eksekutif Primajasa | 45% | 55% | 100% |
| | 2. Puas terhadap harga yang ditetapkan bus eksekutif Primajasa | 30% | 70% | 100% |
| | 3. Puas terhadap keramahan yang diberikan bus eksekutif Primajasa | 32% | 68% | 100% |
| 2 | Product *(product)* | | | |
| | 1. Fasilitas bus eksekutif Primajasa yang ditawarkan sudah lengkap | 48% | 55% | 100% |
| | 2. Fasiltas bus eksekutif Primajasa yang nyaman | 45% | 54% | 100% |
| 3 | Kualitas Pelayanan *(Service Quality)*: | | | |
| | 1. Ramah | 44% | 56% | 100% |
| | 2. Cepat Tanggap | 38% | 62% | 100% |
| | 3. Dapat menyampaikan keterangan jasa yang ditawarkan dengan baik | 32% | 68% | 100% |
| | 4. Kemudahan akses dalam membeli tiket mdah dijangkau | 32% | 68% | 100% |
| | 5. Menanggapi keluhan penumpang/konsumen dengan baik | 34% | 66% | 100% |

**Tabel 1.4 Lanjutan**

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 4 | Harga (Price)<br>1. Harga bus eksekutif relative murahdibandingkanpesaing.<br>2. Harga sesuai dengan fasilitas yang diberikan bus eksekutif Primajasa | <br>43%<br><br>40% | <br>57%<br><br>60% | <br>100%<br><br>100% |
| 5 | Distribusi *(Place)*<br>1. Terminal bus primajasa mudah dijangkau oleh penumpang.<br>2. Kemudahan dalam pembelian tiket bus eksekutif Primajasa. | <br>58%<br><br>60% | <br>42%<br><br>40% | <br>100%<br><br>100% |
| 6 | Promosi *(Promotion)*<br>1. Alat promosi yang digunakan sudah sangat tepat<br>2. Promosi Yang Diberikan Sesuai Dengan Yang Sebenarnya. | <br>52%<br><br>63% | <br>48%<br><br>32% | <br>100%<br><br>100% |
| 7 | Orang *(people)*<br>1. Keluhan penumpang mudah diajukan kepada karyawan PT. Primajasa.<br>2. Pelayanan dengan cepat oleh karyawan diberikan kepada penumpang. | <br>40%<br><br>41% | <br>60%<br><br>59% | <br>100%<br><br>100% |
| 8 | Sarana Fisik *(Physical Evidence)*<br>1. Kebersihan bus eksekutif primajasa selalu bersih<br>2. Karyawan menggunakan seragam yang rapi dan bersih. | <br>48%<br><br>44% | <br>52%<br><br>56% | <br>100%<br><br>100% |

Sumber : Hasil Kuisioner penelitian pendahuluan

Pada Tabel 1.4 hasil kuisioner pendahuluan bahwa responden yang menjawab “Ya” adalah responden yang menjawab setuju dan sangat, lalu

responden yang menjawab “Tidak” adalah responden yang menjawab cukup setuju, kurang setuju, dan sangat tidak setuju. Berdasarkan Tabel 1.4 di atas bahwa selanjutnya di dalam kepuasan sekitar 55% responden menyebutkan tidak puas dengan pelayanan dan 70% responden tidak puas dengan harga yang diberikan kemudian 68% responden menyebutkan tidak puas dengan keramahan yang diberikan. Didalam suatu produk sekitar 55% responden menyatakan fasilitas tidak lengkap dan 54% responden menyatakan tidak nyaman. Didalam pelayanan bus eksekutif primajasa 56% responden pelayanan bus tidak ramah kemudian 62% responden menyebutkan pelayanan bus tidak cepat tanggap dan 68% responden menyebutkan bahwa pelayanan tidak dapat menyampaikan keterangan produk jasa dengan baik kemudian pelayanan bus primajasa tidak selalu memberikan akses dalam pembelian tiket yang dijangkau sekitar 68% responden dan 66% responden menyebutkan pelayanan kurang menanggapi keluhan konsumen dengan baik. Didalam harga sekitar 57% menyatakan harga relatif mahal dan 60% harga tidak sesuai dengan fasilitas yang di berikan. Didalam suatu penumpang sekitar 60% tidak tanggap dalam keluhan pengguna dan sekitar 59% responden tidak cepat dalam pelayanan. Selanjutnya di dalam sarana fisik sekitar 52% responden menyebutkan tidak di jaganya kebersihan bus dan 56% responden menyebutkan pakaian yang di pakai oleh tidak selalu rapih.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada konsumen bus eksekutif Primajasa jurusan Bandung-Bekasi menunjukan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh prusahaan primajasa belum optimal karena masih adanya keluhan konsumen tersebut menunjukkan bahwa mayoritas penumpang

menggunakan jasa bus eksekutif Primajasa jurusan bandung-bekasi merasa kinerja pelayanan bus yang tidak maksimal dalam melayani penumpang. Selain itu, berbagai keluhan juga terjadi pada fasilitas umum yang disediakan didalam bus, seperti kebersihan toilet, masih terjadi keterlambatan bus datang, harga masih terbilang mahal, karena itu semua dapat mempengaruhi sekali terhadap kepuasan konsumen.

Banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen pendorong kepuasan pelanggan adalah 1.kualitas produk, pelanggan puas jika setelah membeli dan menggunakan produk tersebut ternyata kualitas produknya baik. 2. Harga, untuk pelanggan yang sensitif, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena pelanggan akan mendapatkan value for money yang tinggi. 3. Kualitas pelayanan, terhadap kualitas pelayanan biasanya susah ditiru. Kualitas pelayanan merupakan driver yang mempunyai banyak dimensi,salah satunya yang populer adalah SERVQUAL. 4. Emosi, pelanggan akan merasa puas (bangga) karena adanya emosional value yang diberikan oleh brand dari produk tersebut. 5. Biaya dan kemudahan, pelanggan akan merasa puas apabila relatif murah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

Berdasarkan Tabel jumlah penumpang dan hasil penelitian awal dapatmengindikasikan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Primajasa belum optimal dalam menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan.

Selain dapat dilihat dari jumlah penumpang yang fluktuatif, dapat dijelaskan pulaberdasarkan hasil penelitian awal dan wawancara yang dilakukan oleh penuliskepada beberapa penumpang bus excecutive jurusan Bandung-Bekasi masih ada beberapakekurangan dalam pelayanan kepada penumpang, sehingga banyak keluhan yang dialami oleh penumpang Bus Excecutive jurusan Bandung-Bekasi, seperti :

a. Supir mengambil penumpang sembarangan

b. Toilet kurang terawat

c. Petugas tiket kurang ramah

d. Harga tiket terlalu mahal

e. Sistem pembelian tiket secara ofline

f. Kursi yang kurang nyaman

g. AC yang tidak dingin

h. Keberangkatan dan sesampainya tujuan tidak menentu.

Keluhan yang dialami oleh masyarakat, jumlah penumpang belum sesuaiharapan dengan yang telah ditargetkan, Kualitas pelayanan yang tidak memuaskan menimbulkankeluhan konsumen yang seringkali berdampak negatif terhadap citra perusahaan.

Hal tersebut memungkinkan penumpang mengalihkan preferensinya pada jasaangkutan lain seperti travel dan kereta api. Pelayanan yang kurang sesuaidengan janji yang diberikan PT. Primajasa akan mempengaruhi citra PT. Primajasa yang akan datang, sehingga PT. Primajasa pun harus memperbaiki kualitaspelayanannya dan strategi harga untuk mendapatkan kepuasan

pelanggannya karena dalam bidang jasa transportasi, fasilitas, pelayanan danpersaingan harga adalah hal yang sangat diutamakan.

Seiring dengan adanya masalah yang dapat menyebabkan konsumen mengeluh mengenai pelayanan yang tidak memuaskan seperti ketidaktepatan waktu pemberangkatan maupun saat tiba ditujuan, keluhan-keluhan dengan fasilitas yang diberikan, gangguan-gangguan selama perjalanan seperti pengamen dan pedagang asongan yang membuat merasa penumpang tidak nyaman.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya maka penulis tertarik mengadakan penulis mengenai **"PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PEMBELIAN TIKET BUS EXCECUTIF PRIMAJASA JURUSAN BANDUNG-BEKASI"**

## 1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah Penelitian

Identifikasi masalah merupakan proses pengkajian dari permasalahan-permasalahan yang akan diteliti, sedangkan rumusan masalah menggambarkan permasalahan yang tercakup didalam penelitian terhadap variabel harga, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

### 1.2.1 Identifikasi Masalah Penelitian

Mengacu pada latar belakang penelitian yang telah dipaparkan diatas, adapun masalah yang teridentifikasi adalah sebagai berikut :

1. Pentingnya peranaan alat transportasi untuk memperlancar roda perekonomian.

2. Pelayanannya kurang maksimal.
3. Toiletnya bus tidak terawat.
4. Supir seringkali menaikan penumpang gelap.
5. Pembelian tiket bersifat offline.
6. Supir sering terburu-buru atau ugal-ugalan.
7. Keberangkatan tidak sesuai dengan waktu yang ditentukan.
8. Mengetahui perbandingan harga dengan pesaing.

### 1.2.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan dari uraian di atas, maka penulis merumuskan masalah yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai harga yang diberikan oleh PT Primajasa.
2. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Primajasa.
3. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai kepuasan konsumen yang diberikan PT. Primajasa.
4. Seberapa besar pengaruh harga, kualitas pelayanan, terhadap kepuasan konsumen PT. Primajasa

## 1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan identifikasi masalah, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah untuk menyelesaikan masalah serta mengetahui dan menganalisis :

1. Harga yang diberikan oleh PT. Primajasa.

2. Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh PT. Primajasa.
3. Tingkat Kepuasan Konsumen PT. Primajasa.
4. Besarnya Pengaruh harga, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Primajasa .

## 1.4 Kegunaan Hasil Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembacanya yang terurai sebagai berikut :

### 1.4.1 Kegunaan Akademis

a. Sebagai bahan informasi dan pengayaan bagi pengembagan khasanah ilmu pengetahuan khususnya manajemen pemasaran,
b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi relefensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya mengenai masalah kepuasankonsumen dalam pembelian.

### 1.4.2 Kegunaan Praktisi

Sebagai panduan atau rekomendasi bagi praktisi manajemen yang menjalankan bisnisnya, terutama yang berhubungan dengan objek penelitian pemasaran mengenai pengaruh harga, dan kualitas pelayananan terhadap kepuasan konsumen.