

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Pada era perdagangan bebas dan persaingan global memaksa setiap perusahaan di Indonesia harus siap menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat. Munculnya persaingan dalam dunia bisnis merupakan hal yang tidak dapat dihindari. Dengan adanya persaingan, maka perusahaan-perusahaan dihadapkan pada berbagai peluang dan ancaman baik yang berasal dari dalam maupun dari luar negeri. Untuk itu setiap perusahaan dituntut untuk selalu mengerti dan memahami apa yang terjadi di pasar dan apa yang menjadi keinginan konsumen, serta berbagai perubahan yang ada di lingkungan bisnisnya sehingga mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan lainnya, sudah seharusnya perusahaan berupaya untuk meminimalisasi kelemahan-kelemahannya dan memaksimalkan kekuatan yang dimilikinya. Dengan demikian perusahaan dituntut untuk mampu memilih dan menetapkan strategi yang dapat digunakan untuk menguasai persaingan.

Transportasi di Indonesia pada saat ini sangat berkembang dengan pesat, dewasa ini masyarakat Indonesia sangat bergantung sekali pada sektor ini. Masyarakat membutuhkan jasa transportasi untuk memenuhi kebutuhannya, transportasi atau perangkutan adalah perpindahan dari suatu tempat ke tempat lain menggunakan alat pengangkutan. Konsep transportasi itu sendiri didasarkan pada adanya perjalanan (*trip*) antara asal (*origin*) dan tujuan (*destination*). Perjalanan itu sendiri adalah pergerakan orang dan barang antara dua tempat kegiatan yang

terpisah untuk melakukan kegiatan perorangan ataupun kelompok dalam masyarakat Indonesia. Perjalanan itu sendiri dilakukan melalui suatu lintasan tertentu yang menghubungkan tempat asal ke tempat tujuan, menggunakan alat angkut atau kendaraan dengan kecepatan tertentu. Di bidang transportasi darat banyak sekali jenis jasa transportasi yang bermunculan di Indonesia. Selain kereta api yang dikelola oleh pemerintah, selebihnya jasa transportasi darat yang lain banyak dikelola oleh swasta, baik itu perusahaan oto bus, taxi, perusahaan travel, perusahaan rental mobil dan lain-lain. Semuanya mempunyai ciri tersendiri dan keunggulan masing-masing dalam memasarkan perusahaannya.

Saat ini jasa transportasi di Jawa Barat menjadi pusat perhatian. Hal ini yang membuat banyak sekali pengunjung yang datang ke Jawa Barat. Tidak terkecuali di Kota Bandung banyak sekali kategori yang tersedia pula di kota ini. Kota Bandung menjadi pilihan utama bagi para wisatawan yang ingin menghabiskan liburan dengan kerabat atau keluarga karena berbagai macam pilihan ada di kota ini, seperti wisata alam, kuliner, tempat bersejarah dan lain sebagainya. Kota Bandung juga terkenal dengan dunia pendidikannya maka dari itu banyak sekali masyarakat Indonesia yang memutuskan untuk menempuh pendidikannya di kota Bandung. Selain pariwisata dan pendidikan, kota Bandung terkenal dengan kota bisnis karena banyak peluang bagi para pengusaha untuk membangun bisnisnya di kota ini. Maka dari itu, transportasi sangat dibutuhkan bagi masyarakat yang mempunyai kepentingan di kota Bandung.

Pada pendapatan kota Bandung ada banyak sektor yang menyumbang perekonomian. Sektor transportasi merupakan salah satu sektor yang berperan

memberikan kontribusi besar terhadap perekonomian Kota Bandung. Berikut adalah Tabel 1.1 kontribusi berbagai sektor bagi perekonomian Kota Bandung pada Tahun 2021:

**Tabel 1.1**  
**PDRB Kota Bandung Atas Dasar Harga Berlaku Menurut Lapangan Usaha (Juta Rupiah) pada Tahun 2021**

<b>NO</b>	<b>Lapangan Usaha</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
1	Pertanian, Kehutanan dan Perikanan	286.222,02	368.230.300	397.442,0
2	Pertambangan dan Penggalian	-	-	-
3	Industri Pengolahan	46.404.982,69	48.559.221,02	55.095.637,3
4	Pengadaan Listrik dan Gas	237.643,91	243.706,1	255.231,1
5	Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	448.010,00	495.022,11	542.691,1
6	Konstruksi	24.270.353,06	25.980.665,9	26.123.039,4
7	Perdagangan Besar dan Eceran, Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	63.777.426,91	67.960.551.111	76.468.582,5
8	Transportasi dan Pergudangan	29395.577,91	32.551.217,51	31.237.794,1
9	Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	11.761.828,92	12.551.909,4	14.253.875,4
10	Informasi dan Komunikasi	21.275.805,33	25.009.871,2	40.322.793,4
11	Jasa Keuangan dan Asuransi	14.145.708,63	16.551.731,0	18.158.071,2
12	Real Estate	2.639.101,52	2.871.290,2	3.329.273,7
13	Jasa Perusahaan	1.803.372,66	1.980.562,22	2.414.318,2
14	Administrasi Pemerintah, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	6.426.695,55	6.875.097,2	7.845.261,1
15	Jasa Pendidikan	7.964.887,80	9.102.299,8	12.223.039,2

16	Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	2.590.047,51	2.907.633,1	3.303.347,4
17	Jasa Lainnya	8.654.962,31	9.092.113,3	10.419.283,8

Sumber: Badan Pusat Statistik 2021

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas menunjukkan bahwa sektor transportasi dan pergudangan merupakan salah satu kontribusi perekonomian terbesar di Kota Bandung. Urutan pertama yang merupakan penyumbang terbesar perekonomian Kota Bandung yaitu sektor perdagangan dan otomotif sebesar 76.468.582,5, , kemudian yang kedua sektor industri pengolahan sebesar 55.095.637,3, lalu yang ketiga sektor Informasi dan komunikasi sebesar 40.322.793,4 dan yang ke empat sektor transportasi dan pergudangan sebesar 31.237.794,1 dari keempat penyumbang perekonomian kota Bandung yang mengalami Penurunan pada 2020-2021 adalah Transportasi dan pergudangan mengalami penurunan beda dengan Perdagangan dan otomotif, industry pengelolaan dan informasi dan komunikasi yang mengalami kenaikan selama 3 tahun.

Persaingan antar alat transportasi umum sangat ketat, sehingga semua alat transportasi bisa bersaing di rute yang sama. 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 dengan perusahaan pesaing, supaya terciptanya kepuasan konsumen atau penumpang untuk menggunakan produk jasa yang dimiliki perusahaan.

Sejak dibukanya Tol Cipularang pada tahun 2006, maka akses antar kota menjadi sangat terbuka. Faktor ini juga membuat jasa transportasi berkembang dengan sangat pesat. Transportasi darat khususnya di bidang jasa travel transportasi

sangat banyak sekali perusahaan yang bergerak di bidang ini. Banyaknya pengunjung yang berpergian menyebabkan jasa travel sangat dibutuhkan oleh masyarakat sebagai sarana perjalanan mereka. Menurut data dari Jasamarga, seiring dengan dibukanya jalur bebas hambatan tersebut, maka membuat tingkat mobilitas masyarakat yang menggunakan Tol Cipularang semakin meningkat, sesuai data volume lalu lintas yang melewati jalur Tol Cipularang pada tahun 2021 dapat dilihat pada tabel 1.2 berikut:

**Tabel 1.2**  
**Volume Lalu Lintas yang Melewati Jalur Tol Cipularang pada tahun 2021**

Ruas Tol Cipularang Tahun 2021	
Bulan	Banyak Kendaraan
Januari	6,203,942
Febuari	6,226,408
Maret	5,755,771
April	5,212,550
Mei	5,808,112
Juni	6,406,221
Juli	6,125,224
Agustus	5,940,717
September	5,569,312
Oktober	5,880,343
November	5,750,226
Desember	6,120,221

Sumber: [http://investor-id.jasamarga.com/traffic\\_volume2021.html](http://investor-id.jasamarga.com/traffic_volume2021.html)

Berdasarkan Tabel 1.2 di atas keberadaan Tol Cipularang relatif stabil dan akan memudahkan akses transportasi kendaraan umum maupun pribadi seperti bus,

travel, truk, maupun mobil pribadi dalam melalui jalan Tol Cipularang untuk bisa masuk ke Bandung, sehingga jalur tersebut merupakan peluang bagi para penyedia jasa transportasi untuk menyediakan sebuah trayek perjalanan.

Pada saat ini semakin banyak diyakini bahwa kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah dengan memberikan nilai (*value*) lebih kepada konsumen melalui penyampaian produk atau jasa yang berkualitas dengan fasilitas yang mampu bersaing. Jadi, untuk memuaskan konsumen dan membina hubungan terhadap jasa transportasi, maka suatu perusahaan harus membuat dirinya berbeda dengan para pesaing dan yang terutama adalah menambah nilai (*value*) pada setiap pelayanan yang di berikan. Purwakarta merupakan salah satu kota terdekat dari kota Bandung yaitu sekitar 61,1 km (sumber: Google, 2021) di antara 5 kota di sekitaran kota Bandung yang memiliki tingkat PDRB atas dasar harga berlaku dari tahun 2018- 2020 seperti yang tertera pada tabel di 1.4 di bawah ini:

**Tabel 1.4**  
**PDRB ADH Berlaku Menurut Kab/Kota Sekitar Bandung**  
**(Milliar Rupiah)**

Wilayah	Tahun 2019	%	Tahun 2020	%	Tahun 2021	%
Cianjur	46 957,85	32%	47 528,97	33%	50 137,65	32%
Garut	57 874,57	33%	58 043,00	33%	60 836,77	33%
Sumedang	42 552,02	32%	43.843,90	33%	45 265,82	32%
Subang	40 790,68	33%	40 146,49	33%	42 383,86	33%
Purwakarta	67 709,51	33%	67 051,58	33%	70 787,50	33%

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2022

Berdasarkan Tabel 1.4 menunjukkan bahwa kota Purwakarta memiliki kenaikan Hal ini disebabkan antara lain banyaknya pekerja, hubungan sosial seperti pendidikan dan perdagangan antara kedua kota dan merupakan daerah tujuan wisata

maupun belanja. Tingginya tingkat transmigrasi di kota – kota besar juga akan berimplikasi pada peningkatan kebutuhan dalam melakukan mobilitas atau pergerakan. Kelancaran pergerakan (akseibilitas) akan melahirkan suatu kelancaran bagi pertukaran kebutuhan penduduk dan akhirnya pada percepatan ekonomi terhadap beberapa pilihan moda transportasi pada pengguna sarana angkutan umum penumpang. Banyaknya mobilitas pergerakan orang ini dapat meningkatkan kebutuhan akan sarana dan prasarana transportasi sebagai penunjang pergerakan masyarakat.

Kebutuhan mobilisasi tersebut mendorong pemerintah serta perusahaan jasa transportasi untuk ikut berperan dalam peningkatan pelayanan angkutan publik, hal ini juga menjadi kondisi yang baik untuk perusahaan yang menjual barang atau jasa. Menurut data dari Dinas Perhubungan Jawa Barat banyaknya penggunaan jasa transportasi di Kota Bandung 2019-2021 dapat di lihat pada 7able 1.3 berikut:

**Tabel 1.3**  
**Volume Pengguna Jasa Transportasi di Bandung 2019 – 2021**

No	Jasa Transp ortasi	Tahun 2019	%	Tahun 2020	%	Tahun 2021	%	Pertum buhan
1	Kreta Api	12.203.396	31%	12.968.277	33%	13.820.165	35%	43%
2	Travel	117.013	26%	137.592	30%	203.250	44%	13%
3	Bus	1.381	28%	1.554	32%	1.992	40%	27%

Sumber : Dinas Perhubungan Jawa Barat\2021

Bedasarkan Tabel 1.3 di atas menunjukkan bahwa volume penggunaan jasa transportasi travel di Bandung paling rendah sebesar 13% berbeda dengan kereta api yang pertumbuhannya 43% dan Bus naik sebesar 27%. Oleh sebab itu, peneliti tertarik untuk meneliti jasa transportasi travel sebagai objek penelitian.

Fungsi dari Travel adalah memberikan layanan jasa transportasi dengan mempermudah masyarakat untuk menggunakan sarana transportasi darat yang menghubungkan kota satu dengan kota lainnya. Travel dan Shuttle merupakan alat transportasi yang banyak digunakan oleh orang pada umumnya untuk berpergian, karena dengan menggunakan sarana jasa transportasi Travel maka perjalanan akan lebih efektif dan tidak menyita waktu yang lebih lama, dibandingkan dengan menggunakan sarana transportasi lainnya seperti bus atau kereta api. Terdapat beberapa jasa transportasi yang menghubungkan Bandung - Purwakarta maupun sebaliknya yaitu Adapun tiga travel yang memiliki rute yang sama yaitu rute Bandung – Purwakarta bisa di lihat pada tabel 1.5 sebagai berikut:

**Tabel 1.5**  
**Travel dengan Rute Bandung - Purwakarta**

No	Nama Travel Di Bandung	Rating	Ulasan Penumpang
1	Arnes Travel Purwakarta Kota	4,6	75
2	Raputri Travel Purwakarta	4,6	284
3	Ptrans Travel Purwakarta	4,5	279

Sumber : Google Map, 2022

Bedasarkan Tabel 1.5 di atas menunjukkan bahwa rating Arnes Travel dengan rute Bandung – Purwakarta mendapatkan rating tertinggi 4,6 dan Raputri Travel dengan rute Bandung – Purwakarta mendapatkan rating 4,6 sedangkan rating

Ptrans Travel rute Baltos dengan rute Bandung – Purwakarta mendapatkan rating rendah dengan rating 4,5 di sini terlihat bahwa adanya masalah di Ptrans Travel dengan rute Bandung – Purwakarta. Masalah ini diperkuat oleh data penurunan jumlah penumpang Ptrans Travel dapat dilihat pada Tabel 1.6 ditunjukkan adanya permasalahan berupa penurunan jumlah penumpang PtransTravel dengan rute Bandung - Purwakarta, sebagai berikut :

**Tabel 1.6**  
**Jumlah Penumpang Ptrans Travel 2018-2021**

No	Tahun	Jumlah Penumpang	%
1	2018	15.950	28%
2	2019	15.305	26%
3	2020	13.750	24%
4	2021	12.910	22%

Sumber: Data Internal Ptrans Shuttle

Berdasarkan Tabel 1.7 menunjukkan bahwa jumlah penumpang pada PtransTravel dengan rute Bandung - Purwakarta cenderung mengalami fluktuatif. Jumlah kunjungan paling rendah terjadi pada tahun 2021 sebesar 12.910 dan jumlah kunjungan paling tinggi di PtransTravel dengan rute Bandung - Purwakarta terjadi pada tahun 2018 sebesar 15.950. Maka untuk mengetahui lebih jauh mengenai masalah-masalah yang dihadapi Ptrans Travel, peneliti melakukan penelitian pendahuluan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 30 responden yang menjadi konsumen Ptrans Travel. Berikut ini adalah hasil dari penelitian pendahuluan mengenai variabel dependen pada tabel 1.7:

**Tabel 1.7**  
**Hasil Pra Survei Mengenai Variabel Devenden Ptrans Travel**

No	Unsur yang dinilai	Frekuensi					Rata-rata
		SS	S	C	TS	STS	
		5	4	3	2	1	
Kepuasan konsumen	Karyawan Ptrans Travel menanggapi kebutuhan konsumen dengan sangat memuaskan	0	4	10	13	3	2,50
	Saya merasa sangat puas atas keramahan karyawan Ptrans Travel dalam memberikan pelayanan	7	11	6	5	1	2,43
Loyalitas	Anda sering menceritakan/diskusi tentang kualitas pelayanan jasa Ptrans Travel kepada orang lain	2	2	11	12	3	2,60
	Pembelian kembali di Ptrans Travel untuk menggunakan jasa transportasi	7	9	7	4	3	2,53
Kepercayaan	saya percaya bahwa karyawan Ptrans Travel memenuhi tanggungjawabnya terhadap konsumen	2	8	12	6	2	3,46
	Saya percaya dalam memilih jasa Ptrans Travel lebih baik dari pesaingnya	0	12	10	7	1	3,10
keputusan pembelian	Ptrans Travel menjadi pilihan utama saya dalam menggunakan jasa transportasi	1	18	8	1	2	3,36
	Saya sudah mencari informasi beberapa Travel di bandung dan saya memilih Ptrans Travel	0	21	5	4	0	3,56

Sumber: Data diolah peneliti, 2022

Bedasarkan Tabel 1.7 di atas yang diberi wmenunjukkan kepuasan konsumen yang merupakan mengalami permasalahan pada penelitian pendahuluan pada konsumen Ptrans Travel dari pernyataan Karyawan Ptrans Travel menanggapi kebutuhan konsumen dengan sangat memuaskan mendapatkan nilai rata – rata 2,53, serta pertanyaan yang berikutnya saya merasa sangat puas atas keramahaan karyawan Ptrans Travel dalam memberikan pelayanan mendapatkan nilai rata – rata 2,43. Konsumen yang terpenuhi ekspektasinya memiliki potensi untuk menjadi puas terhadap perusahaan, dengan harapan melakukan pembelian ulang di masa yang akan datang. Kepuasan konsumen merupakan faktor penting dalam sebuah bisnis karena jika konsumen merasa puas maka secara langsung akan memberikan respon yang positif terhadap perusahaan. Kepuasan ditandai dengan rasa senang, begitu pula sebaliknya apabila konsumen merasa kecewa maka dapat dikatakan bahwa konsumen tersebut tidak puas. Selain itu, banyaknya konsumen yang mengeluh juga menandakan bahwa konsumen tersebut merasa tidak puas.

Kemudian hal tersebut di dukung juga oleh adanya beberapa keluhan yang di ajukan oleh para pengguna Ptrans Travel melalui ulasan google map yang dapat menyampaikan atas ketidakpuasan terhadap Ptrans Travel sebagai berikut:

**Tabel 1.8**  
**Keluhan Penumpang Ptrans Travel**

No.	Keluhan	Jumlah Bulan Desember	Jumlah Bulan Januari	Jumlah Bulan Februari
1	Karyawan yang kurang ramah	22 Orang	35 Orang	39 Orang
2	Kebersihan Kendaraan yang Kurang	18 Orang	22 Orang	27 Orang
3	Sering terjadi masalah saat memesan tiket via telepon atau whatsapp	9 Orang	19 orang	25 Orang

4	Fasilitas ruang tunggu yang tidak memadai	11 Orang	15 Orang	19 Orang
5	Kendaraan yang Sudah Tidak Enak Dipakai	20 Orang	24 orang	29 Orang

Sumber : Diolah Peneliti, 2022

Bedasarkan Tabel 1.8 di atas terdapat beberapa keluhan penumpang Ptrans Travel dari bulan Desember 2021 sampai Februari 2022 yang mengalami kenaikan setiap bulannya. yang dikeluhkan penumpang terhadap Ptrans Travel dimana konsumen merasa karyawan yang kurang ramah, kebersihan kendaran kurang, sering terjadi masalah saat memesan tiket via telepon, fasilitas ruang tunggu yang tidak memadai, dan Kendaraan yang sudah tidak enak dipakai. Konsumen banyak menyampaikan keluhannya di tanya jawab pada Google map. Hal tersebut mencerminkan adanya ketidakpuasan yang dikeluhkan konsumen kepada Ptrans Travel. Keluhan tersebut di dominasi oleh Konsumen Ptrans Travel yang merasa tidak puas atas pelayanan yang diberikan Ptrans Travel. Dengan adanya data keluhan konsumen Ptrans Travel menjelaskan bahwa adanya masalah mengenai kepuasan konsumen yang di alami oleh Ptrans Travel.

Menurut Fandy Tjiptono (2016:74), berpendapat bahwa, “Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya.” Hal tersebut menjadi suatu kesempatan bagi para pelaku usaha untuk bersaing guna dapat menjadi nilai tambah bagi konsumen untuk kepuasannya untuk dapat memenuhi keinginan konsumen. Tidak mudah bagi usaha jasa transportasi seperti Ptrans Travel bersaing ditengah banyaknya jenis Transportasi lain dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Maka dari itu perusahaan

dalam hal ini khususnya Ptrans Travel harus lebih memerhatikan apa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen agar bisa mereka penuhi. Hal tersebut menjadikan perusahaan dalam hal ini yaitu Ptrans Travel perlu mencermati kepuasan konsumen serta faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumennya.

Bauran pemasaran (*marketing mix*) mempunyai peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi konsumen untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan pasar, oleh karena itu bauran pemasaran (*marketing mix*) dikatakan sebagai suatu perangkat yang akan menunjukkan tingkat keberhasilan pemasaran. Menurut Fandy Tjiptono (2016;42), “Bauran pemasaran (*marketing mix*) mencakup tujuh (7) hal pokok dan dapat dikontrol oleh perusahaan yang meliputi. Produk (*product*), harga (*price*), lokasi (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), proses (*process*), dan bukti fisik (*physical evidence*)”. Berdasarkan uraian sebelumnya untuk mengetahui faktor dominan yang mempengaruhi kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen dapat dilihat dengan dari melakukan penelitian pendahuluan, dengan ini peneliti melakukan penelitian pendahuluan yaitu dengan cara membagikan kuesioner kepada 30 responden. Berikut ini hasil penelitian pendahuluan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen:

**Tabel 1.9**  
**Hasil Pra Survei Mengenai Bauran Pemasaran pada Ptrans Travel**

Indikator	Unsur yang dinilai	Frekuensi					Rata-rata
		SS	S	C	TS	STS	
		5	4	3	2	1	
1. Produk	Kualitas jasa transportasi yang ditawarkan Ptrans Travel sangat tinggi.	2	18	8	2	0	3,67
	Saya mengenal Ptrans Travel dengan sangat baik.	0	14	14	2	0	3,40

Indikator	Unsur yang dinilai	Frekuensi					Rata-rata
		SS	S	C	TS	STS	
		5	4	3	2	1	
2. Harga	Harga tiket Ptrans Travel sangat terjangkau.	1	26	3	0	0	
	Harga Ptrans Travel sesuai dengan bukti fisik yang diberikan.	2	18	10	0	0	3,73
3. Lokasi	Lokasi Ptrans Travel sangat mudah dijangkau oleh calon penumpang.	4	15	10	1	0	3,73
	Lokasi Ptrans Travel dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan.	3	12	9	5	1	3,36
4. Promosi	Ptrans Travel melakukan promosi yang sangat menarik.	1	6	21	2	0	3,20
	Alat Promosi Yang Digunakan Ptrans Travel Sudah Sangat Tepat.	2	16	10	2	0	3,60
5. Orang	Semua karyawan Ptrans Travel sangat ramah dalam melayani penumpang/calon penumpang.	3	4	11	11	1	2,90
	Karyawan Ptrans Travel cepat dalam melayani keluhan konsumen.	1	6	6	12	5	2,53
6. Proses	Ptrans Travel sangat mudah dalam pemesanan tiket .	2	14	12	2	0	3,53
	Ptrans Travel berangkat dan tiba di terminal tepat pada jadwal yang sudah ditentukan.	2	8	13	7	0	3,16
7. Bukti Fisik	Kendaraan Ptrans Travel rapi dan bersih.	2	10	7	7	4	2,96
	Ptrans Travel memiliki fasilitas ruang tunggu yang nyaman.	4	5	9	7	5	2,86

Sumber: Data diolah Peneliti, 2022

Bedasarkan Tabel 1.9 di atas menunjukkan bahwa hasil penelitian pendahuluan bahwa terdapat beberapa masalah pada Ptrans Travel Rute Bandung – Purwakarta. Hasil penelitian pendahuluan mengungkapkan adanya beberapa masalah yang memengaruhi kepuasan konsumen pada Ptrans Travel yaitu dari sisi

orang atau personal dan bukti fisik. Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan pada pernyataan tentang orang atau personal mengenai Semua Ptrans Travel sangat ramah dalam melayani penumpang/ calon penumpang memiliki rata-rata 2,90 yang dapat dinyatakan bahwa konsumen merespon kurang baik sedangkan jawaban dari pernyataan lain baik. Selain itu jawaban responden yang diberikan Pegawai cepat dalam melayani keluhan konsumen memiliki nilai rata-rata 2,53 yang dapat dinyatakan bahwa konsumen merespon cukup baik sedangkan jawaban dari pernyataan lain baik. Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan pada pernyataan tentang bukti fisik mengenai Ptrans Travel rapi dan bersih memiliki rata-rata 2,96 yang dapat dinyatakan bahwa konsumen merespon cukup baik. Selain itu jawaban responden mengenai Ptrans Travel memiliki fasilitas ruang tunggu yang nyaman rata-rata 2,86 yang dapat dinyatakan bahwa konsumen merespon kurang baik sedangkan jawaban dari pernyataan lain baik.

Kotler dan Armstrong (2015:45) mengemukakan bahwa : *“People who have a stake in providing services provided to consumer during the purchase of goods”*

Menurut Zeithaml, Bitner dan Gremler (2013:26) mengungkapkan bahwa *physical evidence* adalah *“The environment in which the service is delivered and where firm and customer interact, as well as any tangible components that facilitate performance or communication of the service”*

Berdasarkan penjelasan di atas penulis menyimpulkan bahwa orang (*people*) sebagai (X1) dan bukti fisik (*Physical evidence*) sebagai (X2) sedangkan variabel (Y) adalah kepuasan konsumen. Berdasarkan penjelasan dari teori dan fenomena permasalahan pada Ptrans Travel Baltos rute Bandung – Purwakarta yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dan

menjadikan permasalahan yang terjadi sebagai topik pada penelitian yang akan dibahas dengan mengambil judul penelitian sebagai berikut: **“Pengaruh *People* dan *Physical Evidence* Terhadap Kepuasan Penumpang Pada Ptrans Travel Bandung**

## **1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah**

Identifikasi dan Rumusan Masalah Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan di atas, dengan ini peneliti membuat identifikasi masalah dan rumusan masalah mengenai *People, physical evidence*, kepuasan konsumen. Identifikasi masalah tersebut diperoleh dari latar belakang penelitian yang peneliti lakukan, dan rumusan masalah menggambarkan permasalahan yang ada serta yang akan diteliti oleh peneliti di dalam penelitian ini, dimana nantinya akan dijawab dalam penelitian ini.

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian yang sudah dipaparkan diatas, maka yang menjadi masalah penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Persaingan yang ada pada transportasi sangat ketat.
2. Ptrans Travel mendapat rating terendah
3. Jumlah penjualan Ptrans Travel tidak stabil.
4. Kurangnya kepuasan konsumen pada Ptrans Travel
5. Pelayanan tidak ramah dalam melayani penumpang Ptrans Travel
6. Kurang baiknya bukti fisik ruang tunggu yang disediakan Ptrans Travel
7. Kurangnya kebersihan dalam kendaraan yang disediakan Ptrans Travel

### 1.2.2 Rumusan Masalah

Sebagai rumusan masalah dalam penelitian ini sesuai dengan permasalahan yang telah dijelaskan dalam latar belakang di atas, maka permasalahan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan Penumpang mengenai *People* Ptrans Travel.
2. Bagaimana tanggapan Penumpang terhadap *Physical evidence* Ptrans Travel..
3. Bagaimana tanggapan Penumpang mengenai kepuasan konsumen Ptrans Travel.
4. Seberapa besar pengaruh *People* dan *Physical evidence* terhadap Kepuasan Konsumen Pada Ptrans Travel baik secara simultan maupun parsial.

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji dan menganalisis mengenai :

1. Tanggapan penumpang mengenai *People* Ptrans Travel.
2. Tanggapan penumpang terhadap *Physical evidence* Ptrans Travel.
3. Tanggapan penumpang mengenai kepuasan konsumen Ptrans Travel.
4. Besarnya pengaruh *People* dan *Physical evidence* terhadap Kepuasan Konsumen Pada Ptrans Travel baik secara simultan maupun parsial.

### 1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan yang akan menggunakan penelitian ini, terutama yang berhubungan

dengan *people* dan *physical evidence* terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini diharapkan dapat berguna baik secara teoritis maupun praktis.

#### **1.4.1 Kegunaan Teoritis**

Penulis berharap dengan melakukan penelitian ini dapat mengetahui besarnya pengaruh *People* dan *Physical evidence* terhadap Kepuasan Konsumen Pada Ptrans Travel serta hasilnya yang dapat memberikan manfaat terhadap ilmu pendidikan khususnya bagi masyarakat kota Bandung dalam bidang pemasaran secara teoritis. Agar lebih jelas dan singkatnya kegunaan teoritis yang diharapkan oleh peneliti sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberi referensi untuk manajemen pemasaran secara umum dan khususnya tentang pengaruh *people* dan *physical evidence* terhadap kepuasan konsumen Ptrans Travel.
2. Memberikan sumbangan ilmu pengetahuan dalam bidang pemasaran agar lahir inovasi-inovasi terbaru untuk *People* dan *Physical evidence* terhadap kepuasan konsumen dalam bidang pemasaran jasa Transfortasi Sebagai pijakan referensi di bidang pemasaran untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan *People* dan *Physical evidence* terhadap kepuasan konsumen dalam pemasaran jasa Transfortasi serta menjadi bahan kajian lanjut.

#### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

Penulis berharap kedepannya dalam penelitian ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak khususnya bagi kegunaan praktis mampu bermanfaat untuk

masyarakat serta perusahaan yang terkait maupun bagi kampus tercinta ini yaitu Universitas Pasundan dan tentunya bagi saya sendiri sebagai penulis. Selibhnya kegunaan praktis yang diharapkan oleh peneliti untuk lebih jelasnya akan dipaparkan sebagai berikut :

1. Bagi peneliti

Dapat menambah wawasan serta pengetahuan bagi peneliti khususnya dalam bidang pemasaran serta dapat memenuhi wawasan serta pengetahuan dengan membandingkan teori yang sudah diterima dalam perkuliahan dengan kenyataan yang sesungguhnya telah terjadi dalam perusahaan, khususnya tentang kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen.

2. Bagi perusahaan

Dapat menjadi bahan kajian maupun referensi bagi perusahaan/instansi yang terkait dalam penelitian ini khususnya dalam bidang pemasaran.

3. Bagi pihak/instansi yang terkait

Diharapkan dapat menyumbang ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang pemasaran dan menjadi bahan kajian maupun referensi bagi perusahaan/instansi yang terkait dalam penelitian ini khususnya dalam bidang pemasaran.