

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Seiring dengan berkembangnya teknologi dan bisnis memiliki dampak yang signifikan terhadap kehidupan manusia didunia ini, dan banyak perusahaan yang bertumbuh dan berkembang pesat. Selain itu, adanya perusahaan kecil maupun besar baik secara online maupun offline sehingga memiliki pesaing yang ketat terutama perusahaan yang bergerak dibidang yang sama.

Bisnis yang mengharuskan konsep pemasaran dengan menerapkan Perusahaan harus memiliki konsep pemasaran dengan mengikuti apa yang diinginkan konsumen sehingga akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dari upaya memasarkan dan mengevaluasi perilaku pengguna dalam menghadapi persaingan.

Keputusan Pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam memutuskan untuk menggunakan suatu jasa yang ditawarkan oleh perusahaan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Dalam mengambil keputusan dilakukan konsumen setiap hari. Dan bagi perusahaan harus mengetahui apa saja yang jadi pertimbangan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.

Dengan semakin meningkatnya pesaing dalam jasa penjualan tiket yang dibuka oleh jasa biro perjalanan, maka perusahaan-perusahaan akan semakin diwajibkan untuk bergerak lebih cepat dalam melakukan segala strategi dan rencana agar meningkatkan dalam hal penjualan perusahaan dan memenuhi target penjualan yang

telah dibuat. Dan juga terlihat banyak biro jasa perjalanan yang berkembang diberbagai titik wilayah di Indonesia, termasuk salah satunya di Kota Batam. Berikut adalah data pengunjung PT Bintang Araya.

Tabel 1.1 Data Pengunjung PT Bintang Araya Tahun Agustus 2017 – Juli 2018

No	Bulan	Pengunjung
1	Agustus	56
2	September	73
3	Oktober	83
4	Nopember	94
5	Desember	74
6	Januari	102
7	Februari	56
8	Maret	90
9	April	86
10	Mei	89
11	Juni	97
12	Juli	61

Sumber: PT Bintang Araya

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa kunjungan konsumen pada PT Bintang Araya tiap bulannya cenderung naik turun. Terutama kunjungan paling sering dilakukan oleh konsumen terutama ketika dekat pada hari libur. Berdasarkan hasil re-survei yang dilakukan oleh penulis, keputusan pembelian yang kurang cepat dari konsumen itu sendiri dikarenakan salah satunya yaitu adanya tidak ketertarikan konsumen melalui iklan atau promosi yang dilakukan oleh perusahaan lain yang sejenis dan masih kurangnya kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan tersebut.

Kualitas pelayanan memiliki tujuan utama adalah adanya kesesuaian harapan konsumen dengan manajemen perusahaan, seperti standar kerja karyawan, pelayanan yang dijanjikan dan kesesuaian yang diterima sesuai dengan yang diharapkan.

Kualitas pelayanan adalah suatu keharusan yang wajib dilaksanakan dengan baik oleh perusahaan agar mampu bersaing dan tetap dapat kepercayaan dari konsumen, karena kualitas pelayanan yang bagus akan menggambarkan pada tingkat kesempurnaan pelayanan dalam memenuhi kebutuhan yang diharapkan oleh konsumen. Oleh karena itu perusahaan harus memiliki strategi dalam kualitas pelayanan.

Dengan kata lain terdapat dua ciri – ciri yang berpengaruh terhadap kualitas pelayan adalah harapan konsumen (*expectation service*) dan kinerja yang diberikan oleh perusahaan atau dirasakan langsung oleh konsumen (*performance service*). Kualitas pelayanan perusahaan dianggap baik dan memuaskan jika perusahaan memberikan jasa melebihi dari yang diharapkan konsumen, begitupun sebaliknya jika kualitas pelayanan lebih rendah dari yang diharapkan konsumen maka dianggap buruk.

Kualitas pelayanan yang diberikan PT Bintang Araya masih kurang dengan harapan konsumen. Masih banyaknya pembeli tidak diimbangi dengan pelayanan yang ada. Keterbatasan fasilitas pada counter penjualan membuat konsumen kurang nyaman dalam memesan tiket wisata. Kurang tanggapnya karyawan perusahaan dalam menanggapi keinginan konsumen. Hal-hal tersebut yang kemudian dapat mempengaruhi dalam melakukan keputusan pembelian diperusahaan PT Bintang

Araya. Permasalahan-permasalahan tersebut harus segera diambil tindakan karena secara tidak langsung akan berpengaruh terhadap tingkat penjualan bahkan akan kehilangan konsumen. Berikut Tabel 1.2 penjualan tiket pada PT Bintang Araya pada bulan Agustus 2017 – Juli 2018.

Tabel 1.2 Penjualan Tiket PT Bintang Araya Tahun Agustus 2017 – Juli 2018

No	Bulan	Tiket Yang Terjual
1	Agustus	120
2	September	127
3	Oktober	109
4	November	158
5	Desember	232
6	Januari	162
7	Februari	256
8	Maret	115
9	April	98
10	Mei	103
11	Juni	178
12	Juli	167

Sumber: PT Bintang Araya

Berdasarkan tabel 1.2 dapat kita lihat bahwa data penjualan tiket pada PT Bintang Araya tiap bulannya mengalami naik turunnya penjualan dari bulan kebulan, diketahui bahwa penjualan tiket mengalami fluktuasi, yang dimana pada bulan Agustus adalah sebesar 120, penjualan tiket pada bulan September adalah sebesar 127, penjualan tiket pada bulan Oktober adalah sebesar 109, penjualan tiket pada bulan November adalah sebesar 158, penjualan tiket pada bulan Desember adalah sebesar 232, penjualan tiket pada bulan Januari adalah sebesar 162, penjualan tiket

pada bulan Febuari adalah sebesar 256, penjualan tiket pada bulan Maret adalah sebesar 115, penjualan tiket pada bulan April adalah sebesar 98, penjualan tiket pada bulan Mei adalah sebesar 103, penjualan tiket pada bulan Juni adalah sebesar 178 dan penjualan tiket pada bulan Juli adalah sebesar 167. Maka didapatkan total penjualan tiket pada bulan Januari – Juni adalah sebesar 408.

Promosi adalah salah satu cara untuk membujuk atau mempengaruhi calon konsumen dalam memberi info lebih dalam lagi mengenai produk atau jasa yang dipasarkan oleh perusahaan agar menarik calon konsumen untuk membeli. Promosi juga merupakan salah satu penentu keberhasilan dalam bentuk komunikasi pemasaran dalam mempengaruhi, membujuk, dan mengingatkan konsumen untuk melakukan pembelian kembali.

Jadi dapat disimpulkan bahwa promosi adalah mempengaruhi dengan cara membujuk dan menginformasikan tentang keunggulan produk yang ditawarkan agar konsumen ataupun pelanggan mau membeli lebih banyak produk perusahaan. Dengan promosi juga akan menyebabkan orang yang sebelumnya mengetahui suatu produk jadi mengetahui bahkan akan menjadi tertarik sehingga konsumen melakukan pembelian. Karena itu perlunya mengadakan promosi yang sudah direncanakan, karena diharapkan dapat mempengaruhi positif terhadap meningkatnya laba perusahaan. Salah satu strategi dalam promosi adalah periklanan.

Periklanan adalah salah satu kegiatan dalam mempromosikan suatu produk atau jasa yang sangat penting bagi perusahaan dalam mendapatkan konsumen baru karena

memiliki keunggulan yang cepat menyebarkan informasi dan menghemat waktu seperti dalam bentuk iklan melalui media sosial, poster, alfatron dan sebagainya. Iklan memiliki manfaat yang sangat besar dalam menyampaikan pesan yang ingin disampaikan oleh perusahaan pada calon konsumen dalam memperkenalkan produknya. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh PT Bintang Araya hanya melalui poster, dan membagi brosur.

Kekurangan promosi yang dilakukan PT Bintang Araya seperti iklan dikoran, baliho, *videotron*, maupun di media sosial lainnya untuk diketahui masyarakat lebih luas agar menariknya konsumen membeli tiket wisata. Berikut Tabel 1.2 daftar promosi tiket yang dilakukan pada PT Bintang Araya pada bulan Agustus 2017 – Juli 2018.

Tabel 1.3 Promosi Tiket PT Bintang Araya Tahun Agustus 2017 – Juli 2018

No	Bulan	Promosi	
		Poster	Brosur
1	Agustus	2	2
2	September	1	0
3	Oktober	1	2
4	Nopember	1	0
5	Desember	2	2
6	Januari	1	0
7	Februari	1	3
8	Maret	0	2
9	April	0	0
10	Mei	2	0
11	Juni	1	2
12	Juli	0	1

Sumber: PT Bintang Araya

Berdasarkan tabel diatas bahwa perusahaan cenderung melakukan lebih banyak kali promosi ketika dekat pada hari libur, karena perusahaan menganggap akan banyak calon konsumen menarik perhatian pada iklan yang dilakukan oleh perusahaan.

Untuk menarik minat calon konsumen dalam mengambil keputusan pembelian, fasilitas layanan juga diutamakan, mulai dari pesan tiket lewat telepon, SMS, *Email*, media sosial bahkan langsung datang kelokasi. Setelah melakukan pembayaran tiket, tiket pun bisa diantar atau bahkan ada fasilitas *city check-in*. Lokasi travel terletak di Komplek Ruko Baloi Point Blok B1 No 7. Lokasi ini sangat strategis karena dekat di salah satu pusat Perumahan terramai di Kota Batam yaitu Anggrek permai, Batu Batam, Kanaan Indah, Orchid Garden, Kezia Residence dll.

Dalam penelitian terdahulu oleh Lydia Herlina Mal dan I Gede Agus Mertayasa pada tahun 2018 yang berjudul Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Secara Online Di Situs Traveloka.Com pada mahasiswa program studi Manajemen Universitas Dhyana Pura Bali menyatakan bahwa kaulitas pelayanan dan promosi berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan konsumen.

Berdasarkan uraian diatas, untuk mengetahui apakah perusahaan telah memberikan kualitas pelayanan dan promosi sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan, maka penulis mengajukan penelitian yang terkait dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Bintang Araya Di Kota Batam”**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka penulis mengidentifikasi masalah – masalah yang dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Keputusan pembelian pelanggan dalam membeli suatu produk masih dipertimbangkan dari promosi dan pelayanan yang baik yang ditawarkan PT Bintang Araya dalam mengambil keputusan pembelian.
2. Kualitas pelayanan yang telah dilakukan oleh karyawan PT Bintang Araya masih kurang memuaskan dalam mengimbangi dengan pelayanan & keterbatasan fasilitas pada counter yang ada.
3. Promosi yang dilakukan oleh PT Bintang Araya masih kurang menarik, dan penawaran promosi antara PT Bintang Araya dengan yang lain Tour & Travel yang lain tidaklah jauh berbeda

1.3. Pembatasan Masalah

Berdasarkan masalah yang ada diatas, maka penulis membatasi penulisan dikarenakan oleh adanya keterbatasan waktu, sarana dan pikiran, maka agar penelitian ini lebih fokus dan tidak terjadi pengembangan masalah diluar lingkup penelitian serta agar tidak menyimpang dari judul yang telah ditetapkan, maka masalah tersebut perlu dibatasi. Batasan masalah adalah sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan dan promosi adalah sebagai variabel (Independen) terhadap keputusan pembelian tiket sebagai variabel (Dependen) pada PT Bintang Araya
2. Objek penelitian adalah konsumen PT Bintang Araya di Kota Batam

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah diatas, maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket pada PT Bintang Araya di Kota Batam ?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket pada PT Bintang Araya di Kota Batam ?
3. Apakah kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket pada PT Bintang Araya di Kota Batam ?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian untuk :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian tiket pada PT Bintang Araya di Kota Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian tiket pada PT Bintang Araya di Kota Batam.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian tiket pada PT Bintang Araya di Kota Batam.

1.6. Manfaat Penelitian

Penulis mengharapkan agar hasil dari penelitian ini bisa memberika manfaat bagi berbagai pihak, yaitu :

1.6.1. Manfaat Teoritis

Bagi penulis, bahwa akan mendapatkan wawasan dan pengetahuan serta memahami teori – teori yang didapat selama melakukan penelitian yang terkait teori yang sudah ada.

1.6.2. Manfaat Praktis

- a. Bagi perusahaan, sebagai bahan pertimbangan atau masukan agar dapat meningkatkan kepercayaan dan kepuasan terhadap keputusan pembelian tiket.
- b. Bagi masyarakat, sebagai bahan referensi atau informasi untuk menambah pengetahuan, ataupun menjadi bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya