ANALISIS HUBUNGAN PRILAKU KONSUMEN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA (STUDI: PADA PERUSAHAAN OTOBUS ROSALIA INDAH DI KOTA SURAKARTA)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh :

Andi Dwi Permadi

B 100 050 057

FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2010

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada abad modern ini, terdapat banyak kemajuan dalam penggunaan tekhnologi canggih. Dalam hal ini tekhnologi transportasi juga mengalami perkembangan yang sangat pesat, seiring semakin berkembangnya ilmu pengetahuan dan tekhnologi sarana-sarana pengangkutan semakin berkembang, sehingga banyak bermunculan perusahaan-perusahaan jasa angkutan. Seperti : kereta api, bus, kapal laut, pesawat terbang pada perusahaan jasa angkutan darat seperti bus, peningkatan kualitas fisik dan perubahan sistem kearah efektifitas serta efisiensi memberikan persepsi tersendiri bagi para pemakai jasa angkutan.

Telah menjadi kenyataan bahwa keinginan atau kebutuhan konsumen selalu berubah-ubah jika ada perubahan pada alat transportasi, maka diperkirakan berhubungan juga terhadap pemakaian jasa angkutan. Dalam mengantisipasi kondisi tersebut perusahaan mengalami banyak permasalahan yang akan diahadapi. Selain itu, mungkin dalam masalah permodalan perusahaan juga akan menghadapi masalah strategi pemasaran. Adapun sasaran tujuan dan dari strategi perusahaan, yaitu menitikberatkan pada kualitas berbagai atribut, seperti : tarif tiket, pelayanan fasilitas, dan kepuasan konsumen, agar dapat mengembangkan usaha dan memaksimalkan laba bagi perusahaan tersebut.

Pemakaian jasa angkutan bus di dalam menentukan keputusan pembelian dihubungkan oleh berbagai hal, antara lain : status sosial, jenis atribut bus dan kualitas atribut bus. Menyangkut status sosial biasanya pemakai jasa angkutan bus ini berlatarbelakang golongan ekonomi menengah keatas sehingga perilaku konsumen yang terdiri dari tingkat pendidikan, jenis pekerjaan dan tingkat penghasilan akan menghubungkan terhadap kualitas dan jenis atribut yang akan ditawarkan.

Berpedoman dari uraian diatas maka penulis ingin mengetahui lebih jauh apakah perilaku konsumen yang terdiri dari beberapa atribut yaitu: tingkat pendidikan,jenis pekerjaan, dan tigkat penghasilan. Terdapat keterkaitan dengan atribut bus, dalam keputusan pembelian dan selanjutnya dapat dipergunakan untuk membantu perusahaan dalam menetapkan kebijaksanaan pemasaran pada masa yang akan datang.

Keputusan untuk menggunakan seberapa besar dari pendapatan atau kekayaan yang akan konsumsi merupakan pertanyaan mikro ekonomi, tetapi jawabannya mengandung konsekuensi makro ekonomi. Menurut Mankiw, (2003 dalam Suharsih, 2004: 1) keputusan konsumsi rumah tangga menghubungkan keseluruhan perilaku ekonomi baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Konsumen merupakan organisme yang mempunyai berbagai hal yang dapat dihubungkan untuk mengkonsumsi sesuatu, baik dari faktor produk, harga pelayanan dan lain sebagainya.

Kompleknya konsumen di sebabkan oleh faktor manusiawi yakni adanya kebutuhan manusia yang tak terbatas, selain hubungan kondisi eksternal dan

internal lainnya yang berakibat langsung pada perilaku mereka. Perilaku inilah yang perlu mendapat perhatian para pemasar, karena dengan mengetahui bagaimana konsumen berperilaku, pemasar akan dapat dengan mudah menghubungkan dengan mengadopsi produk yang ditawarkan. Perubahan yang pesat di lingkungan masyarakat yang menghubungkan perilaku dan selera konsumen, sehingga konsumen akan semakin kritis dalam melakukan suatu proses pembelian. Dari uraian di atas maka penulis tertarik untuk mengambil judul:"**ANALISIS HUBUNGAN PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA PADA PERUSAHAAN OTOTBUS ROSALIA INDAH DI KOTA SURAKARTA**".

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas penulis merumuskan: "apakah ada pengaruh yang signifikan antara lain:

1. perilaku konsumen, yang tediri dari: tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, dan tingkat penghasilan.
2. keputusan pembelian jasa, yang terdiri dari : tarif tiket, pelayanan fasilitas, kepuasan konsumen.

Keputusan pembelian jasa manakah yang paling dominan dalam hubungannya dengan keputusan konsumen terhadap pembelian jasa angkutan bus Rosalia Indah".

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian perlu ditetapkan agar dalam pelaksanaanya dapat berjalan dengan lancar sesuai tujuan. Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. untuk mengetahui hubungan yang signifikan antara perilaku konsumen yang meliputi: tingkat pendidikan, jenis pekerjaan dan tingkat penghasilan dengan keputusan pembelian jasa bus, yaitu : tarif tiket, pelayanan fasilitas, kepuasan konsumen.
2. untuk mencari, keputusan pembelian jasa bus mana yang paling dominan dalam hubunganya dengan keputusan konsumen dalam pembelian jasa angkutan bus.

D. Manfaat Penelitian

Hasil peneletian ini diharapkan akan diperoleh beberapa manfaat sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan

   Adapun manfaat yang diharapakan dari hasil penelitian ini adalah: sebagai informasi serta alat pertimbangan bagi pimpinan perusahaan otobus Rosalia Indah dalam meningkatkan mutu dan pelayanan terhadap konsumen bus Rosalia Indah.
2. Bagi Universitas Muhammadiyah Surakarta

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi tambahan untuk penelitian lebih lanjut dan sumbangan pemikiran untuk Universitas Muhammadiyah Surakarta.

3. Bagi Penulis

Penelitian ini sebagai prasyarat untuk menempuh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Muhammadiyah Surakarta dan harapan kesempatan bagi penulis untuk menerapkan disiplin ilmu yang diperoleh selama mengikuti proses perkuliahan, khususnya mengenai pendidikan pemasaran guna mengetahui faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengkonsumsi suatu produk.