

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Sekarang ini bisnis biro perjalanan pariwisata meningkat sangat pesat, dikarenakan semua orang sangat menyukai liburan. Dimana liburan erat kaitannya dengan kegiatan *traveling* atau perjalanan wisata. Bahkan *traveling* sekarang ini sudah menjadi kegiatan rutin yang diadakan di perusahaan, organisasi, instansi pendidikan dan masyarakat umum. *Traveling* atau perjalanan wisata menjadi pilihan untuk mengurangi rasa stress karena kerja, Sehingga banyak yang mengadakan seperti *gathering* perusahaan, *gathering* keluarga atau *study tour* instansi pendidikan bahkan acara perkumpulan masyarakat.

Kenyataan tersebut menyebabkan usaha biro perjalanan di Indonesia begitu banyak diminati, sehingga banyak persaingan. Dalam hal, entah masalah jenis-jenis pelayanan dan paket-paket wisata yang ditawarkan, seperti pelayanan perjalanan outbound, pelayanan perjalanan luar negeri, pelayanan perjalanan objek wisata hingga pelayanan perjalanan haji atau umroh.

Di kota Sukoharjo khususnya, terdapat banyak jasa biro perjalanan. Salah satunya adalah Adhitourtravel yang bertempat di Desa Brumbung Kelurahan Dukuh, Kecamatan Sukoharjo, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah. Dalam kurun waktu satu bulan Adhitourtravel rata-rata melayani pemberangkatan perjalanan wisata sebanyak dua sampai empat kali pemberangkatan, dimana sebagian besar konsumen merupakan teman kerabat, institusi pendidikan dan masyarakat umum.

Namun disisi lain, banyak pesaing atau kompetitor yang juga melayani perjalanan wisata seperti Way Fun Citra Training Tour and Travel, Banyu Langit Tour, Wira Wiri Tour dan masih banyak lagi. Meski begitu, Biro Adhitourtravel juga sempat mengalami *complain* dari kline mengenai pelayanan yang kurang nyaman atau memuaskan, seperti masalah ketepatan

waktu, kinerja karyawan, jadwal perjalanan dan masalah kenyamanan armada. Mungkin hal seperti itu sudah wajar dan juga dirasakan biro perjalanan lainnya.

Strategi dan kualitas pelayanan yang diberikan Biro Adhitourtravel dapat mempengaruhi minat beli konsumennya. Menerapkan strategi yang tepat, agar perusahaan mampu bertahan dengan kompetitornya dan mampu menguasai pangsa pasar. Salah satunya adalah strategi penetapan pelayanan, harga dan promosi. Tidak dapat dipungkiri bahwa, pelayanan sangatlah penting bagi bisnis penyedia jasa perjalanan. Karena situasi persaingan diatas, mengharuskan perusahaan biro perjalanan harus menggunakan strategi usaha yang dapat beradaptasi dan dapat menciptakan inovasi atau alternatif baru yang berbeda dari pesaingnya, sehingga dapat menarik minat beli konsumen untuk berwisata.

Minat beli merupakan tahap dimana pelanggan atau pembeli telah menentukan pilihannya dan melakukan pembelian produk serta mengkonsumsinya menurut Monica et al (2018). Minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi menurut Wayan Gede Antok Setiawan Jodi (2019). Selain itu penyusunan strategi juga selalu dilakukan untuk mendapatkan pelanggan baru dan menjaga pelanggan lama serta membangun minat beli konsumen pada setiap pelanggannya. Kualitas pelayanan salah satu strategi perusahaan untuk membangun minat beli konsumen.

Kualitas pelayanan suatu hal yang diperhatikan oleh para konsumen dalam mengambil minat berkonsumen atau berwisata. Meningkatkan kualitas pelayanan harus memberikan pelayanan yang terbaik dan menerima kritik dan saran dari konsumen supaya dapat memperbaiki atau meningkatkan pelayanan yang memuaskan mengingat persaingan antar usaha jasa sangat ketat menurut Permatasari (2017).

Pada kenyatannya, kualitas pelayanan tidak hanya menjadi satu-satunya pilihan strategi perusahaan. Namun disisi lain harga juga sangat berpengaruh, karena yang menunjukkan salah satu atribut produk penting yang

mempengaruhi minat beli konsumen dan perilaku pembelian adalah harga produk, menurut penelitian Romanjuk dan Dawes (2005) dalam Simanjuntak (2016).

Faktor pendorong lain untuk menggaet konsumen, selain kualitas pelayanan dan harga adalah Promosi. Menurut Juniantara (2018), Promosi juga merupakan pilihan yang dilakukan oleh masing-masing perusahaan untuk menarik konsumen menggunakan produk/jasa yang ditawarkan dengan memberikan potongan harga, diskon, kode undangan dan perjalanan gratis. Sehingga, dalam hal ini perusahaan perlu memberikan promosi kepada pelanggan untuk meningkatkan minat beli konsumen.

Penelitian ini merupakan modifikasi dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Marianawati Siregar dan Heryenzus (2020) dengan judul “Pengaruh Pelayanan, Promosi Dan Fasilitas Terhadap Minat Beli Pada PT. Adulam Namora Wisata Tour & Travel. Perbedaan penelitian ini dengan sebelumnya ialah, terdapat tambahan variabel harga dan responden penelitian yang akan diteliti adalah masyarakat umum yang sudah pernah melakukan pembelian jasa di Biro Perjalanan Adhitourtravel ditahun 2020 sampai 2021.

Berdasarkan uraian diatas dan penelitian terdahulu dapat diketahui bahwa pelayanan, harga dan promosi memiliki potensi untuk mempengaruhi minat beli konsumen. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melangsungkan penulisan dan penelitian dengan judul **“Pengaruh Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Pada Biro Perjalanan Adhitourtravel ”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan urain latar belakang masalah diatas, maka dapat disimpulkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli di Biro Adhitourtravel ?
2. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli di Biro Adhitourtravel ?

3. Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap minat beli di Biro Adhitourtravel ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli di Biro Adhitourtravel .
2. Untuk menganalisis harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli di Biro Adhitourtravel .
3. Untuk menganalisis promosi berpengaruh signifikan terhadap minat beli di Biro Adhitourtravel .

### **D. Manfaat Penelitian**

Sebuah penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat baik teoritik maupun praktis. Berikut adalah beberapa manfaat yang dirasakan dalam penelitian ini:

1. Manfaat Teoritik
  - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu penelitian dalam bidang manajemen pemasaran kaitannya dengan pengaruh pelayanan, harga dan promosi terhadap minat beli.
  - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan dan masukan bagi penelitian-penelitian selanjutnya. Selain itu dapat memperbaiki dan menyempurnakan kelemahan dalam penelitian ini.
2. Manfaat Praktis
  - a. Bagi Perusahaan
    - 1) Sebagai sumbangan pemikiran dan bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk memperhatikan pelayanan, harga, dan promosi.
    - 2) Sebagai sumbangan pemikiran dan bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam merencanakan strategi pemasarannya.

b. Bagi Konsumen

- 1) Memberikan informasi kepada konsumen mengenai pengaruh pelayanan, harga, dan promosi terhadap minat beli.