

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN
DALAM MEMILIH JASA TRANSPORTASI
(JURUSAN SAWAHLUNTO-PADANG)**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu (S1)*



Oleh:

**ANANTA WONIANTO MW
1103398/2011**

**PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2016**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN
DALAM MEMILIH JASA TRANSPORTASI
(JURUSAN SAWAHLUNTO-PADANG)**

Nama : Ananta Wonianto Mw
Nim/Bp : 1103398 / 2011
Keahlian : Ekonomi Publik
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Fakultas : Ekonomi

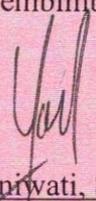
Padang, Februari 2016

DISETUJUI OLEH:

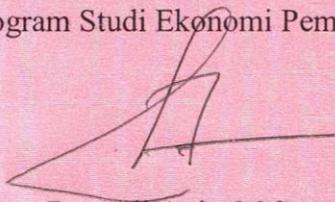
Pembimbing I


Dr. H. Hasdi Aimon, M.Si
NIP: 19550505 197903 1 001

Pembimbing II


Yenniwati, SE, ME
NIP: 19760222 200501 2 001

Diketahui oleh:
Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan


Drs. Ali Anis, M.S
NIP: 19591129 198602 1 001

HALAMAN PENGESAHAN

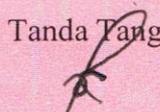
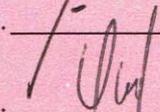
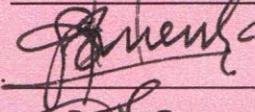
**Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan Di Depan Tim Penguji Skripsi
Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Padang**

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM MEMILIH JASA TRANSPORTASI (JURUSAN SAWAHLUNTO-PADANG)

Nama : Ananta Wonianto Mw
Nim/Bp : 1103398 / 2011
Keahlian : Ekonomi Publik
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Fakultas : Ekonomi

Padang, Februari 2016

Penguji:

No. Jabatan	Nama	Tanda Tangan
1. Ketua	: Dr. H. Hasdi Aimon, M,Si	1. 
2. Sekretaris	: Yewiwati, SE, ME	2. 
3. Anggota	: Drs. Akhirmen, M.Si	3. 
4. Anggota	: Drs. Zul Azhar, M.Si	4. 

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ananta Wonianto Mw
Nim/BP : 1103398 / 2011
Tempat / Tanggal Lahir : Solok / 16 Januari 1993
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Keahlian : Ekonomi Publik
Fakultas : Ekonomi
Alamat : Jl.Belibis D.2 Air Tawar
No. HP / Telepon : 081277873653
Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Memilih Jasa Transportasi (Jurusan Sawahlunto-Padang)

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis / skripsi saya ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Universitas Negeri Padang maupun di Universitas lainnya.
2. Karya tulis ini merupakan hasil dari rumusan dan gagasan saya sendiri, tanpa bantuan dari pihak lain kecuali arahan tim pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini, tidak terdapat karya atau pendapat yang telah di tulis atau dipublikasikan oleh pihak lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam masalah dengan menyebutkan nama dan pengarang dan dicantumkan di dalam daftar pustaka.

Padang, Februari 2016

Yang menyatakan



Ananta Wonianto Mw

1103398/2011

ABSTRAK

ANANTA WONIANTO MW (2011/1103398) Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Memilih Jasa Transportasi (Jurusan Sawahlunto-Padang). Skripsi. Program Studi Ekonomi Pembangunan. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Padang. Pembimbing 1 Bapak Dr. H. Hasdi Aimon M,Si dan Pembimbing 2 ibu Yeniwati SE, ME

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh (1) Pelayanan transportasi terhadap pilihan konsumen dalam memilih jasa transportasi (2) pengaruh kenyamanan transportasi terhadap pilihan konsumen dalam memilih jasa transportasi (3) pengaruh tarif/harga tiket terhadap pilihan konsumen dalam memilih jasa transportasi (4) pengaruh pelayanan transportasi, kenyamanan transportasi, tarif terhadap pilihan konsumen dalam memilih jasa transportasi (jurusan Sawahlunto-Padang)

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif asosiatif. Jenis data penelitian adalah data primer dengan populasi penelitian seluruh masyarakat yang menggunakan jasa transportasi (jurusan Sawahlunto-Padang). Teknik pengambilan sampel adalah dengan accidental random sampling yaitu sebanyak 100 orang. Teknik analisis yang digunakan adalah deskriptif dan induktif melalui model logistic yang terdiri atas uji chi-square, wald test dan odd ratio.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa secara parsial (1) Pelayanan transportasi berpengaruh signifikan terhadap permintaan konsumen dalam memilih jasa transportasi ($\text{sig } 0,044 < \alpha = 0,05$), dengan odd ratio 3,027 (2) kenyamanan transportasi berpengaruh signifikan terhadap permintaan konsumen dalam memilih jasa transportasi ($\text{sig } 0,026 < \alpha = 0,05$), dengan odd ratio 0,221 (3) tarif berpengaruh signifikan terhadap permintaan jasa transportasi ($\text{sig } 0,003 < \alpha = 0,05$) dengan odd ratio 0,218. (4) Secara bersama-sama pelayanan transportasi, kenyamanan transportasi, dan tarif berpengaruh signifikan terhadap permintaan konsumen dalam memilih jasa transportasi ($\text{sig } 0,000 < \alpha = 0,05$).

Dari hasil penelitian ini maka diharapkan kepada perusahaan pemilik jasa transportasi khususnya untuk jurusan Sawahlunto-Padang agar lebih meningkatkan perhatian dari segi pelayanan, kenyamanan, ataupun tarif guna meningkatkan minat konsumen untuk menggunakan jasa transportasi dan juga untuk meningkatkan loyalitas konsumen dalam memilih jasa transportasi.

Kata kunci : Permintaan jasa transportasi, pelayanan transportasi, kenyamanan dan tarif.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Memilih Jasa Transportasi (Jurusan Sawahlunto-Padang).**

Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan di bidang ekonomi pembangunan khususnya kajian ekonomi publik serta untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar sarjana ekonomi di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Terealisasinya skripsi ini tidak terlepas berkat bantuan berbagai pihak. Maka dari itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Dr. H. Hasdi Aimon, M.Siselaku pembimbing I dan Ibu Yeniwati, SE, ME selaku pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk membimbing dan memberikan saran dalam penyelesaian skripsi ini. Selain itu penulis juga mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Yunia Wardi, Drs, M. Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
2. Papa dan Mama yang telah mendidik dengan tulus dari penulis lahir hingga sampai saat sekarang ini.
3. Bapak Drs. Akhirmen, M.Si dan Bapak Drs. Zul Azhar, M.Si selaku penguji I dan II.
4. Bapak Drs. H. Ali Anis, M.S selaku ketua dan Ibu Novya Zulva Riani, SE, M.Si selaku sekretaris Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas

Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah memberikan motivasi moril dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Bapak dan Ibu staf pengajar serta staf pegawai Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah memberikan bantuan pengetahuan dan proses administrasi yang bermanfaat selama masa perkuliahan.
6. Kepala Dinas Perhubungan Sumatera Barat beserta staf dan karyawan yang telah membantu dalam proses pengambilan data skripsi.
7. Utri safri yetmi yang sangat membantu dalam proses penelitian ini serta rekan-rekan seperjuangan Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang angkatan 2011 tanpa terkecuali.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak luput dari segala kekurangan, untuk itu saran dan kritikan yang sifatnya membangun dari pembaca sangat diharapkan. Akhirnya penulis mengucapkan terima kasih.

Padang, Februari 2016

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i	
KATA PENGANTAR	ii	
DAFTAR ISI	iv	
DAFTAR TABEL	vi	
DAFTAR GAMBAR	viii	
DAFTAR LAMPIRAN	iv	
BAB I PENDAHULUAN		
A. Latar Belakang Masalah	1	
B. Rumusan Masalah.....	10	
C. Tujuan Penelitian	10	
D. Manfaat Penelitian	11	
BAB II KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL, DAN HIPOTESIS		12
A. Kajian Teori	12	
1. Teori Prilaku Konsumen.....	12	
2. Teori Permintaan	14	
3. Konsep Kualitas Layanan (Jasa).....	16	
4. Konsep Transportasi.....	17	
5. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Transportasi	20	
B. Penelitian Terdahulu	25	
C. Kerangka Konseptual.....	28	
D. Hipotesis	30	

BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Jenis Penelitian	32
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	32
C. Populasi Dan Sampel	32
D. Jenis Dan Sumber Data.....	34
E. TeknikPengumpulan Data	35
F. VariabelPenelitian.....	35
G. DefenisiOperasional	36
H. TeknikAnalisis Data	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian.....	44
1. Gambaran Umum Kota Sawahlunto.....	44
2. Gambaran Umum Jasa Transportasi Jurusan Sawahlunto- Padang	44
B. Deskripsi Data Hasil Penelitian.....	45
C. Analisis Induktif	51
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	56
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	61
B. Saran	62

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Perkembangan Jumlah Armada/kendaraan Jasa Angkutan Jurusan Sawahlunto-Padang (unit).....	6
2. Rank Kesukaan Konsumen Dalam Memilih Jasa Angkutan Jurusan Sawahlunto-Padang (per orang).....	7
3. Persepsi konsumen terhadap jasa transportasi jurusan Sawahlunto-Padang	8
4. Variabel dan Skala Pengukuran Data Analisa Logistik.....	40
5. Distribusi frekuensi jenis kelamin.....	45
6. Distribusi Pekerjaan Responden Pengguna Jasa Transportasi Jurusan Sawahlunto-Padang.....	46
7. Jumlah Masyarakat kota Sawahlunto Dalam Memilih Jasa Transportasi Jurusan Sawahlunto-Padang.....	47
8. Pelayanan Jasa Transportasi Berdasarkan Responden Di Kota Sawahlunto Tahun 2016.....	48
9. Kenyamanan Jasa Transportasi Berdasarkan Responden Di Kota Sawahlunto tahun 2016.....	49
10. Tarif Jasa Transportasi Berdasarkan Responden Di Kota Sawahlunto, 2016.....	51
11. Penilaian Kelayakan Model Dengan Uji Omnibus Omnibus Tests of Model Coefficients.....	52
12. Tabel Hasil Uji Kebaikan Model	52
13. Hasil Pengolahan Uji Kebaikan Model Dengan Hosmer And Lemeshow test	53
14. Hasil Uji Wald.....	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Pergerakan Kurva Permintaan	15
2. Pergeseran kurva permintaan	16
3. Kerangka konseptual faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih jasa angkutan jurusan Sawahlunto- Padang.....	30

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Angket Penelitian	64
2. Tabulasi Penelitian	66
3. Hasil Olahan Data	73

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Peran transportasi publik saat ini yang semakin pesat dan ditambah berkembangnya perekonomian yang sudah menuju kearah globalisasi. Transportasi menjadi salah satu pengaruh yang sangat besar menuntut sebagian masyarakat melakukan mobilitas yang sangat tinggi, sehingga masyarakat akan semakin jeli menentukan pilihannya. Banyak perusahaan transportasi yang menawarkan dan berusaha merebut minat konsumen untuk menggunakan produk dan atau jasa yang ditawarkan dari sebuah perusahaan transportasi. Kepuasan kosumen akan tercapai apabila kualitas produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan keinginan konsumen. Hal ini disebabkan kualitas jasa sangat tergantung dari siapa dan bagaimana jasa itu diberikan.

Pemerintah pada umumnya memandang bahwa bidang transportasi adalah sangat vital untuk kepentingan Negara baik dari sudut perekonomian maupun dari sudut-sudut sosial, politik, pemerintahan, pertahanan-pertahanan dan sebagainya. Karena itu pemerintah berpendapat bahwa bidang transportasi ini perlu mendapat perhatian dan bantuan, bahkan seringkali pula bahwa bagian-bagian terpenting dibagian transportasi ini perlu diusahakan sendiri oleh pemerintah. Pada waktu ini yang telah diselenggarakan oleh pemerintah kita melalui badan usaha milik Negara adalah pengangkutan kereta api, pengangkutan udara, pelayaran antar pulau di samping bidang-bidang komunikasi lainnya seperti telepon, pos, telegram, dan sebagainya.

Sektor transportasi merupakan salah satu cara untuk mendorong urat nadi dari aktifitas ekonomi. Apabila transportasi suatu kota mengalami kendala, maka roda kehidupan ekonomi akan lumpuh dan tentu saja akan menghambat langkah masyarakatnya dalam melakukan kegiatan perekonomian. Semua daerah perlu mempunyai fasilitas transportasi yang cukup sehingga Negara secara keseluruhannya dapat memperoleh kesempatan yang sama dalam pembangunan ekonomi dan sosial. Seperti yang kita ketahui transportasi adalah jasa yang dipergunakan sebagai alat untuk memperoleh keuntungan-keuntungan ekonomis dalam berbagai kegiatan usaha dan hubungan kemasyarakatan. Dalam istilah teori ekonomi ini disebut bahwa fungsi daripada transportasi adalah memindahkan atau mengangkut barang atau manusia dari suatu tempat ke tujuannya. Sarana transportasi yang ada di darat, laut, maupun udara memegang peran vital dalam aspek sosial ekonomi melalui fungsi distribusi antara suatu tempat dengan tempat lainnya. Transportasi merupakan salah satu unsur yang sangat penting bagi masyarakat karna transportasi sangat di perlukan sebagai penunjang kelancaran suatu kegiatan ekonomi. Dengan demikian secara langsung transportasi akan ikut meningkatkan pembangunan ekonomi masyarakat dan perekonomian nasional.

Hubungan antara pembangunan ekonomi dengan jasa pengangkutan sangat erat sekali dan saling tergantung satu sama lainnya. Oleh karena itu untuk membangun perekonomian sendiri perlu didukung dengan perbaikan dalam bidang transport. Di Sumatera Barat khususnya dalam bidang

transportasi telah banyak melakukan berbagai perubahan ke arah perbaikan seperti perbaikan dalam jenis kendaraannya. Para perusahaan berlomba-lomba dalam melakukan perbaikan pada moda transportasi yang salah satu tujuannya untuk meningkatkan pelayanan kepada konsumen sehingga konsumen akan cenderung untuk menggunakan jasa transportasi perusahaan tersebut. Begitu juga dengan di kota-kota yang ada di provinsi Sumatera Barat, khususnya yang penulis teliti di kota Sawahlunto para perusahaan jasa transportasi juga berlomba-lomba dalam mengupdate moda transportasinya yang bertujuan untuk menarik simpati para konsumen sehingga mereka menggunakan jasa transportasi perusahaan tersebut. Khususnya di kota Sawahlunto ada banyak jurusan jasa transportasi khususnya jasa angkutan antar kota dalam provinsi/AKDP yang dapat di gunakan oleh masyarakatnya, antara lain yakni jurusan Sawahlunto-Padang, Sawahlunto-Bukittinggi, Sawahlunto-Batusangkar dan lain-lainnya.

Dalam penelitian ini, mengapa penulis tertarik dalam melakukan penelitian yakni untuk jasa angkutan jurusan Sawahlunto-Padang salah satunya dikarenakan, karena kota Padang merupakan ibukota dari provinsi Sumatera barat dan dimana di kota Padang merupakan pusat dari segala aktifitas perekonomian di provinsi Sumatera Barat. Dengan demikian memungkinkan bagi masyarakat kota Sawahlunto untuk menggunakan jasa transportasi jurusan Sawahlunto-Padang untuk melakukan berbagai kegiatan seperti bekerja atau hanya untuk pergi berlibur ke kota padang.

Disisi lain letak geografis kota Sawahlunto juga agak sedikit menjorok dari perlintasan jalan provinsi Sumatera Barat sehingga jarang dilalui oleh jasa angkutan dari kota-kota lain. Sehingga untuk jasa angkutan jurusan Sawahlunto-Padang sangat dibutuhkan oleh masyarakat kota Sawahlunto, dan dalam penelitian ini penulis juga ingin mengetahui sejauhmana pengaruh pelayanan, kenyamanan serta Tarif dalam menggunakan jasa angkutan khususnya untuk jurusan Sawahlunto-Padang. Fenomena dalam pelayanan merupakan salah satu yang sangat vital bagi konsumen dalam menggunakan jasa angkutan yang akan digunakannya. Konsumen akan cenderung dalam meningkatkan loyalitasnya kepada salah satu perusahaan jasa transportasi apabila konsumen tersebut merasa bahwa ia telah dilayani dengan baik. Selain daripada itu semakin banyaknya perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang transportasi jasa angkutan maka akan membuat persaingan antara perusahaan-perusahaan bersaing dengan ketat. Fenomena tersebut menggambarkan terjadinya persaingan antara jenis moda transportasi darat yang ada, guna melayani kegiatan transportasi manusia. Sehingga dengan pelayanan ini akan ada modal transportasi yang sangat diminati, cukup diminati atau bahkan tidak diminati oleh masyarakat, dan juga apabila konsumen merasa telah dilayani dengan baik maka konsumen akan merasa senang karna biaya yang dikeluarkan sesuai dengan pelayanan yang di berikan oleh perusahaan jasa angkutan tersebut.

Kenyamanan juga mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih jasa angkutan yang akan digunakannya. Kenyamanan konsumen dalam

menggunakan jasa angkutan seperti halnya cara mengemudi supir, kebersihan, dan keamanan selama diperjalanan. Ini juga sangat mempengaruhi konsumen untuk menggunakan jasa angkutan yang akan ia gunakan untuk selanjutnya. Jika konsumen merasa tidak nyaman di dalam kendaraan selama diperjalanan atau supir yang ugul-ugalan di perjalanan, ini akan membuat konsumen untuk melirik perusahaan-perusahaan jasa transportasi lain yang ia rasa akan membuat konsumen tersebut merasa nyaman selama di perjalanan. Di samping itu tarif juga sangat menentukan konsumen dalam memilih jasa angkutan mana yang akan digunakannya. Hal ini dikarenakan masyarakat akan memperhitungkan pendapatannya untuk digunakan dalam menggunakan jasa angkutan. Dalam hukum permintaan, semakin rendah harga suatu barang maka akan semakin banyak permintaan untuk barang tersebut, begitu juga sebaliknya.

Angkutan umum antar kota sebagai bagian dari alat transportasi darat khususnya jurusan Sawahlunto-Padang, merupakan salah satu kebutuhan bagi masyarakat kota Sawahlunto dan merupakan bagian yang tidak bisa dipisahkan. Angkutan umum khususnya di kota Sawahlunto mempunyai peran yang sangat penting dalam melayani dan memberikan kemudahan bagi masyarakat kota Sawahlunto dalam melakukan semua kegiatan di berbagai tempat seperti di kota Padang. Keberadaan angkutan umum sangatlah dibutuhkan terutama bagi masyarakat yang tidak mempunyai kendaraan pribadi.

Alat transportasi umum yang ada di Sawahlunto khususnya jurusan Sawahlunto-Padang terdiri dari alat transportasi yang dapat mengangkut banyak orang seperti bus dan travel. Dapat dilihat dari perkembangannya dari tahun ke tahun, bus yang beroperasi terutama pada jurusan Sawahlunto-Padang telah banyak melakukan perubahan pada kendaraannya, hal ini bertujuan untuk meningkatkan jasa pelayanan dan agar konsumen dapat terpuaskan atas jasa yang diberikan oleh perusahaan tersebut. Berikut data mengenai perkembangan jumlah armada/kendaraan jasa angkutan jurusan Sawahlunto-Padang :

Tabel 1. Perkembangan Jumlah Armada/kendaraan Jasa Angkutan Jurusan Sawahlunto-Padang (unit)

JENIS ARMADA	TAHUN					
	2013	RIT/ hari	2014	RIT/ hari	2015(sementara)	RIT/ hari
BUS	20	60	20	60	16	48
TRAVEL	21	-	18	-	18	-

Sumber: Dinas Perhubungan Provinsi Sumatera Barat, 2015

Dari Tabel 1 dapat dilihat bahwa ada dua jenis armada/kendaraan jasa angkutan jurusan Sawahlunto-Padang yang dapat dipilih oleh masyarakat setempat. Hal ini memungkinkan bagi masyarakat untuk dapat memilih jenis armada yang akan digunakannya sesuai dengan seleranya masing-masing. Dari yang penulis amati beberapa bulan terakhir ini, masyarakat kota Sawahlunto lebih cenderung dalam menggunakan salah satu perusahaan jasa transportasi dibandingkan dengan jasa transportasi lainnya.

Untuk jasa angkutan khususnya bus jurusan Sawahlunto-Padang, dinas perhubungan provinsi Sumatera barat menerapkan 3 kali RIT/perjalanan untuk setiap harinya per mobil. Jadi setiap satu mobil hanya berhak berangkat setiap

harinya hanya tiga kali, jika oleh dinas perhubungan setempat mendapatkan bahwa ada mobil yang beroperasi lebih dari tiga kali keberangkatan, maka dinas perhubungan akan menindak lanjuti dan memberi sanksi kepada perusahaan berupa skor seperti dilarangnya armada tersebut untuk beroperasi dalam beberapa hari sesuai dengan keputusan dari dinas perhubungan setempat. Hal ini bertujuan agar pengendara dan armada tersebut tidak terlalu memaksakan dalam keberangkatan per harinya yang akan berakibat fatal seperti kecelakaan yang mana ini akan dapat merugikan konsumen dan perusahaan itu sendiri.

Untuk lebih jelas melihat fenomena atau masalah yang ada, penulis melakukan sebuah penelitian awal untuk melihat seberapa besar kecenderungan seseorang dalam memilih jasa angkutan jurusan Sawahlunto-Padang, berikut data rank kesukaan konsumen yang penulis teliti yakni dikota Sawahlunto terhadap konsumen yang menggunakan jasa transportasi khususnya untuk jurusan Sawahlunto-Padang.

Tabel 2. Rank Kesukaan Konsumen Dalam Memilih Jasa Angkutan Jurusan Sawahlunto-Padang (per orang):

KATEGORI	BUS	TRAVEL
TIDAK SUKA	1	6
SEDIKIT TIDAK SUKA	4	14
SEDANG	9	7
SUKA	13	2
SANGAT SUKA	3	1

Sumber: Berdasarkan Hasil Survey Pendahuluan, 2015

Pada Tabel 2 di atas memperlihatkan, pada kategori tidak suka konsumen yang memilih jasa angkutan bus terdapat 1 orang dan travel 6 orang. Sedangkan pada kategori sedikit tidak suka terdapat 4 orang untuk

memilih bus dan 14 memilih travel. Pada kategori sedang yang berarti bahwa masyarakat tidak cenderung dalam memilih jasa angkutan bus ataupun travel terdapat 9 untuk bus dan 7 untuk travel. Lalu pada kategori suka terdapat 13 orang yang memilih bus dan 2 memilih travel. Sedangkan pada kategori sangat suka terdapat 3 memilih jasa angkutan bus dan 1 untuk travel. Dari rank kesukaan yang penulis teliti pada tabel 2, ini menjadi suatu masalah mengapa masyarakat lebih cenderung dalam memilih salah satu jasa angkutan menurut selera masing-masing. Hal ini bisa saja disebabkan oleh pelayanan, kenyamanan dan harga yang ditetapkan oleh perusahaan khususnya bus jauh lebih murah dari pada travel. Ini menjadi suatu alasan bagi konsumen untuk menggunakan jasa transportasi bus tersebut. Berikut data mengenai pelayanan, kenyamanan, dan tarif yang dirasakan oleh penumpang jasa transportasi jurusan Sawahlunto-Padang yang peneliti survey sebanyak 20 responden :

Tabel 3. Persepsi konsumen terhadap jasa transportasi jurusan Sawahlunto-Padang.

No	PERTANYAAN	BAIK	TIDAK BAIK
1	Bagaimana pelayanan jasa transportasi jurusan Sawahlunto_Padang yang anda rasakan selama ini?	14 orang	6 orang
		NYAMAN	TIDAK NYAMAN
2	Bagaimana kenyamanan jasa transportasi jurusan Sawahlunto-Padang yang anda rasakan selama ini?	17 orang	3 orang
		MAHAL	SEDANG
3	Bagaimana tarif jasa transportasi jurusan Sawahlunto-Padang yang anda rasakan selama ini?	6 orang	14 orang

Sumber: Observasi Awal, 2015

Dari tabel 3 dapat dilihat bahwa dari 20 responden yang peneliti survey bahwa 14 orang mengatakan pelayanan jasa transportasi jurusan Sawahlunto-

Padang sudah baik dan 6 orang mengatakan tidak baik. Sedangkan dari segi kenyamanan ada sebanyak 17 orang mengatakan bahwa selama diperjalanan konsumen sudah merasa nyaman dan 3 orang mengatakan bahwa belum mendapatkan kenyamanan selama diperjalanan, dari segi tarif ada sebanyak 6 orang yang mengatakan bahwa tarif jasa transportasi jurusan Sawahlunto-Padang masih tergolong pada kategori mahal dan sebanyak 14 orang mengatakan tarif tersebut masih bisa terjangkau oleh konsumen atau sedang. Disamping itu, dari informasi yang penulis dapatkan dari hasil wawancara dengan responden mengatakan bahwa dengan menggunakan bus waktu selama diperjalanan lebih singkat dibandingkan dengan jasa transportasi seperti travel.

Jarak tempuh untuk jurusan Sawahlunto-Padang adalah 96 km. Untuk mengukur tarif/harga jasa angkutan, pemerintah menggunakan sistem per km yang akan dikalikan sesuai dengan harga minyak pada saat itu. Hampir setiap tahunnya harga bahan bakar minyak (BBM) di Indonesia mengalami perubahan baik itu turun atau naiknya. Hal ini sangat berpengaruh terhadap tarif/harga yang digunakan oleh perusahaan-perusahaan jasa transportasi seperti bus dan travel khususnya untuk jurusan Sawahlunto-Padang. Dengan naiknya harga bahan bakar minyak, maka otomatis tarif/harga jasa angkutan khususnya untuk jurusan Sawahlunto-Padang akan naik pula.

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah yang ada, maka penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian dengan judul **”Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Memilih Jasa Transportasi (Jurusan Sawahlunto-Padang)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di urai di atas, maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sejauhmana pengaruh pelayanan terhadap peluang konsumen dalam memilih jasa transportasi antara bus atau travel jurusan Sawahlunto-Padang?
2. Sejauhmana pengaruh kenyamanan terhadap peluang konsumen dalam memilih jasa transportasi antara bus atau travel jurusan Sawahlunto-Padang?
3. Sejauhmana pengaruh tarif terhadap peluang konsumen dalam memilih jasa transportasi antara bus atau travel jurusan Sawahlunto-Padang?
4. Sejauhmana pengaruh pelayanan, kenyamanan, dan tarif secara bersama-sama terhadap peluang konsumen dalam memilih jasa transportasi antara bus atau travel jurusan Sawahlunto-Padang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. Pengaruh pelayanan terhadap peluang konsumen dalam memilih jasa transportasi antara bus atau travel jurusan Sawahlunto-Padang.
2. Pengaruh kenyamanan konsumen terhadap peluang konsumen dalam memilih jasa transportasi antara bus atau travel jurusan Sawahlunto-Padang.

3. Pengaruh tarif terhadap peluang konsumen dalam memilih jasa transportasi antara bus atau travel jurusan Sawahlunto-Padang.
4. Pengaruh pelayanan, kenyamanan, dan tarif secara bersama-sama terhadap peluang konsumen dalam memilih jasa transportasi antara bus atau travel jurusan Sawahlunto-Padang.

D. Manfaat Penelitian

Dengan mengetahui permintaan konsumen dalam memilih jasa angkutan jurusan Sawahlunto-Padang, maka penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi berbagai pihak, antara lain:

1. Bagi Universitas: Sebagai tambahan khasanah perpustakaan dan bahan masukan bagi penelitian lebih lanjut dengan topik yang sama.
2. Bagi penulis: Penulisan penelitian ini di harapkan dapat memperluas pemikiran dalam mengembangkan ilmu pengetahuan yang sudah diperoleh untuk di laksanakan di lapangan.
3. Bagi perusahaan jasa transportasi jurusan Sawahlunto-Padang agar mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam memilih jasa transportasi guna juga untuk meningkatkan loyalitas konsumen.

BAB II

KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL, HIPOTESIS

A. Kajian Teori

1. Teori Prilaku Konsumen

John c.mowen dan Michael minor (2002:6) prilaku konsumen adalah proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi, dan pembuangan barang jasa, pengalaman, serta ide-ide. Sedangkan kotler dalam J. Setiadi (2010:3) mengungkapkan perilaku konsumen merupakan interaksi dinamis antara afeksi dan kognisi, perilaku, dan lingkungannya dimana manusia melakukan kegiatan pertukaran dalam hidup mereka. Menurut pindyck dan rubinfeld (2003:64) bahwa teori perilaku konsumen adalah deskripsi tentang bagaimana konsumen mengalokasikan pendapatan diantara barang dan jasa yang berbeda-beda untuk memaksimalkan kesejahteraan mereka. Prilaku konsumen dapat dipahami melalui tiga langkah yaitu :

- a. Preferensi konsumen : langkah pertama adalah menemukan cara yang praktis untuk menggambarkan alasan-alasan orang lebih suka satu barang daripada barang lain.
- b. Kendala anggaran : sudah pasti bahwa konsumen juga mempertimbangkan harga. Oleh karena itu, kita harus menyadari kenyataan bahwa konsumen mempunyai keterbatasan pendapatan yang membatasi jumlah barang yang dapat mereka beli.
- c. Pilihan-pilihan konsumen : dengan mengetahui preferensi dan keterbatasan pendapatan mereka, konsumen memilih untuk membeli kombinasi barang-barang yang memaksimalkan kepuasan mereka.

Menurut Schiffman dan Kanuk dalam (Nitisusanto 2012:32) perilaku konsumen adalah meliputi semua tindakan yang dilakukan oleh seseorang untuk mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan produk jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka. Dalam kegiatan mencari tentu bukan terbatas dalam mencari barang atau jasa yang dibutuhkan, melainkan juga mencari informasi terkait dengan barang atau jasa yang dibutuhkan dan diinginkan. Demikian jelas terlihat bahwa di dalamnya termasuk hal-hal yang terkait dengan kualitas, harga, ukuran, dan cara mendapatkannya, cara penggunaannya dan sebagainya.

Perilaku konsumen menurut (Prasetijo dan Jhon :2005:9) adalah suatu proses yang terdiri dari beberapa tahap yaitu:

- a. Tahap perolehan (*acquisition*), mencari (*searching*), dan membeli (*purchasing*)
- b. Tahap konsumsi (*consumption*), menggunakan (*using*), mengevaluasi (*evaluating*)
- c. Tahap tindakan pasca beli (*disposition*) apa yang dilakukan oleh konsumen setelah produk itu digunakan atau dikonsumsi.

Teori perilaku/preferensi yang diungkapkan bersandar pada asumsi-asumsi berikut:

- a. Cita rasa individu tidak berubah selama periode tertentu.
- b. Terdapat konsistensi, yaitu jika konsumen yang diamati lebih menyukai kombinasi barang A daripada kombinasi barang B, maka konsumen tidak akan pernah lebih menyukai barang B daripada A.

- c. Terdapat transsivitas, yaitu jika A lebih disukai daripada B dan B lebih disukai daripada C, maka A lebih disukai daripada C.
- d. Konsumen dapat didorong untuk dapat membeli kombinasi barang yang mana pun jika harganya dibuat cukup menarik.

Dengan demikian dapat penulis simpulkan bahwa perilaku konsumen adalah kecenderungan seseorang dalam memilih suatu barang atau jasa yang diinginkan dan dapat memuaskan dirinya dengan melalui tahap-tahap seperti mencari, membeli dan menggunakannya dengan mengukur besar pendapatan dan harga suatu barang atau jasa tersebut dengan mempertimbangkan pendapatan, harga barang lain, serta harga barang atau jasa itu sendiri.

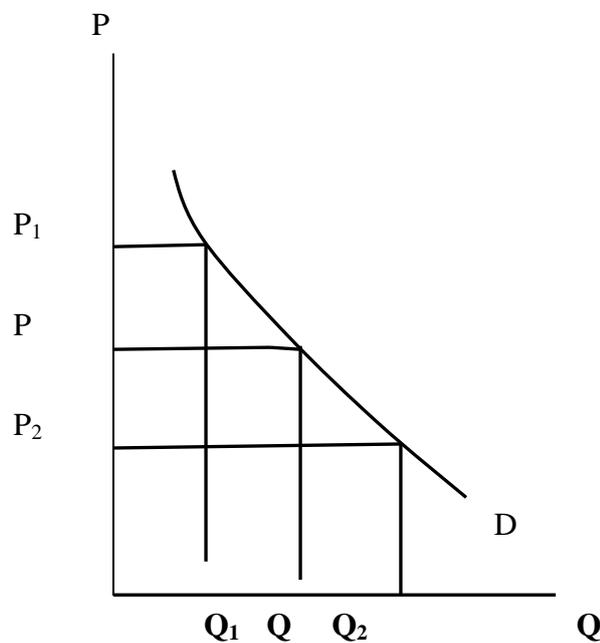
2. Teori Permintaan

Seseorang dalam memenuhi kebutuhannya akan melakukan pemilihan atas berbagai barang dan jasa yang dibutuhkan. Permintaan untuk barang dan jasa tergantung pada beberapa faktor, yaitu harga barang itu sendiri, jumlah konsumen, tingkat pendapatan konsumen, preferensi konsumen, ekspektasi tentang masa depan, harga barang lain, dan ketersediaan barang substitusi (Steineman, 2005:19). Memaksimalkan utilitas adalah tujuan setiap konsumen dalam permintaan terhadap setiap barang dan jasa yang akan dikonsumsinya. Seorang konsumen akan mengatur pola konsumsinya semaksimal mungkin pada tingkat pendapatan tertentu.

Hukum permintaan pada hakikatnya merupakan suatu hipotesa yang menyatakan bahwa, semakin rendah harga dari suatu barang, maka semakin banyak permintaan terhadap barang atau jasa tersebut. Sebaliknya semakin

tinggi harga suatu barang, maka semakin sedikit permintaan terhadap barang atau jasa tersebut..Menurut Sukirno (2003:75) teori permintaan menerangkan tentang ciri-ciri hubungan antara jumlah permintaan dan harga dimana konsep permintaan digunakan untuk menunjukkan keinginan seseorang pembeli pada suatu pasar.

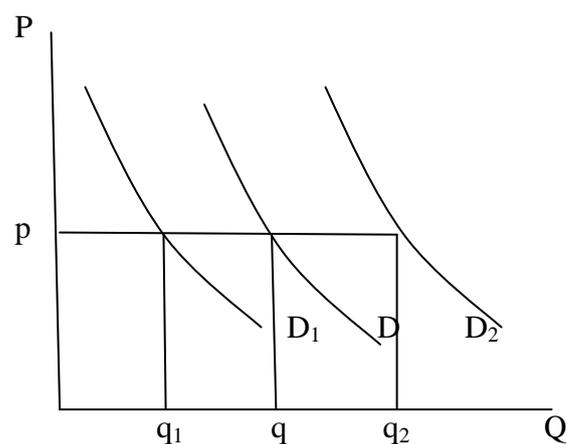
Bila dilihat dari kurva permintaan, dapat didefinisikan sebagai suatu kurva yang menggambarkan sifat hubungan antara harga suatu barang tertentu dengan jumlah barang tersebut yang diminta para pembeli (Sukirno, 2003:78).



Gambar 1. Pergerakan Sepanjang Kurva

Gambar 1 menunjukkan bahwa pergerakan sepanjang kurva permintaan terjadi apabila harga barang yang diminta menjadi naik ataupun turun. Bila harga mula-mula setinggi P_1 , maka apabila terjadi penurunan harga ke P_2 pada barang tersebut menyebabkan jumlah barang yang diminta meningkat dari Q_1 ke Q_2 .

Pada Gambar 2, menunjukkan bahwa pergeseran kurva permintaan kekanan yakni dari D ke D_1 menunjukkan adanya kenaikan permintaan, sedangkan dari D ke D_2 menunjukkan adanya penurunan permintaan. Faktor-faktor yang menyebabkan pergeseran kurva permintaan baik kekanan maupun kekiri apabila terjadi perubahan pada faktor-faktor selain harga seperti pendapatan, selera dan lain-lain.



Gambar 2. Pergeseran kurva permintaan

3. Konsep Kualitas Layanan (Jasa)

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan seorang dalam mengkonsumsi suatu barang atau jasa (Tjiptono, 2004:51). Dari pengertian tersebut dapat diketahui bahwa kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas dapat memberikan motivasi konsumen untuk menjalin ikatan atau hubungan yang erat dengan perusahaan, yang pada akhirnya kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas terhadap perusahaan.

Kualitas Layanan (jasa) adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Salah satu pendekatan kualitas pelayanan disebut *Servqual* dan terdapat lima dimensi pokok mengenai kualitas layanan antara lain (Tjiptono,2004:70) :

- a. *Tangibles* (Bukti Langsung), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
- b. *Reliability* (Keandalan), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
- c. *Responsiveness* (Daya Tanggap), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
- d. *Assurance* (Jaminan), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan.
- e. Empati, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan dapat dinilai dari kemampuan suatu penyedia jasa dalam memahami keinginan konsumen.

4. Konsep Transportasi

Transportasi berasal dari kata *transportation*, dalam bahasa Inggris yang memiliki arti angkutan menggunakan suatu alat untuk melakukan pekerjaan tersebut, atau dapat pula berarti suatu proses pemindahan manusia

atau barang dari suatu tempat ke tempat lain dengan menggunakan suatu alat bantu kendaraan darat, laut, udara, baik umum maupun pribadi dengan menggunakan mesin atau tidak (Simbolon, 2003:2).

Menurut Adisasmita (2011:1) transportasi adalah kegiatan memindahkan atau mengangkut suatu barang dan manusia dari suatu tempat ke tempat lainnya. Kegiatan transportasi dibutuhkan manusia sejak zaman dahulu sampai zaman sekarang untuk memenuhi kebutuhan manusia. Kegiatan transportasi tidak dapat dielakkan atau tidak bisa dilepaskan dari kehidupan manusia, selalu melekat dengan kegiatan perekonomian dan pembangunan. Kegiatan transportasi barang dan manusia diangkut dengan menggunakan sarana (moda) transportasi yang dilakukan diatas prasarana transportasi (jalan) yang semula dari suatu terminal menuju ke terminal lainnya.

Menurut Simbolon (2003:41), faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan jasa transportasi adalah:

a. Tarif jasa transportasi

Harga atau tarif transportasi dipengaruhi oleh permintaan. Hukum permintaan menjelaskan sifat keterkaitan diantara suatu barang dengan harganya. Dimana semakin rendah harga suatu barang, maka semakin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya semakin tinggi harga suatu barang, maka semakin sedikit permintaan akan barang tersebut.

b. Daya beli masyarakat

Daya beli masyarakat ditentukan oleh tingkat penghasilan masyarakat. Permintaan terhadap jasa angkutan tergantung pada penghasilan rata-rata dan tarif jasa transportasi, serta kesediaan jasa angkutan pengganti, baik yang bersifat substitusi atau komplementer lebih rendah, maka konsumen akan beralih kepada jasa substitusi atau komplementer, begitupun sebaliknya.

c. Selera konsumen

Selera konsumen berkaitan dengan penilaian subjektif. Misalnya, kenyamanan pengguna transportasi terhadap bus serta bagaimana fasilitas yang berada di dalam bus bisa membuat mereka merasa nyaman. Demikian pula aktivitas masyarakat yang mempengaruhi permintaan terhadap jasa transportasi baik pribadi maupun umum.

d. Besarnya populasi

Dengan semakin banyaknya jumlah penduduk, maka untuk menunjang mobilitas penduduk maka diperlukan jasa transportasi untuk memenuhi kebutuhan terhadap aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat.

e. Prediksi masa akan datang

Perubahan-perubahan yang diramalkan mengenai keadaan di masa yang akan datang menjadi bertambah tinggi di masa depan akan mendorong mereka untuk membeli lebih banyak di masa ini, untuk lebih menghemat pengeluaran di masa yang akan datang.

Sedangkan menurut Miro Fidel (2005:56) faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan transportasi berdasarkan ruang/space:

- a. Tingkat pelayanan (*service*)
- b. Harga transportasi (*price*)
- c. Kenyamanan (*convenience*)
- d. Waktu perjalanan (*travel time*)

Jadi dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi permintaan jasa transportasi ada hubungannya dengan teori permintaan dan faktor-faktor yang mempengaruhinya.

5. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Transportasi

Permintaan transportasi adalah besarnya jumlah transportasi yang dibutuhkan untuk mengangkut manusia atau barang dari suatu lokasi ke lokasi lainnya. Menurut Simbolon (2003:40) dalam menentukan kuantitas kebutuhan jasa transportasi perlu diperhatikan :

- a. Jumlah jasa angkutan yang diminta merupakan kuantitas yang diinginkan
- b. Jumlah yang diinginkan konsumen dipengaruhi oleh daya beli, jenis jasa angkutan dan selera konsumen
- c. Kuantitas yang diminta menunjukkan pembelian yang diinginkan
- d. Kuantitas yang diminta berbeda dengan kuantitas yang nyata
- e. Pembelian yang diinginkan berbeda dengan pembelian yang sebenarnya.

Dari uraian sebelumnya, bahwa preferensi masyarakat atau konsumen terbentuk dalam suatu proses keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh berbagai variabel atau faktor-faktor perilaku konsumen. Menurut Paulley

(2006) dalam penelitiannya mengenai permintaan akan transportasi publik bahwa tiket, kualitas layanan, pendapatan dan kepemilikan mobil sebagai faktor yang mempengaruhi permintaan akan transportasi publik. Adapun hasil dari penelitiannya adalah tarif pada waktu lengang (*off-peak*) mempunyai elastisitas permintaan yang dua kali lebih besar daripada di waktu puncak (*peak*). Waktu puncak (*peak*) adalah waktu yang menunjukkan tingkat permintaan akan transportasi publik meningkat drastis. Waktu puncak tersebut biasanya ditunjukkan pada jam-jam berangkat dan pulang sekolah atau kerja. *Off peak* artinya keadaan permintaan akan transportasi publik tidak pada kondisi yang mencapai puncak seperti waktu hari libur atau malam hari.

Saat kenyamanan seseorang meningkat maka seorang konsumen secara otomatis akan meningkatkan loyalitas terhadap jasa transportasi tersebut. Kenyamanan mempunyai bagian seperti rasa aman selama diperjalanan, supir tidak ugal-ugalan dan lain-lain.

Kualitas layanan juga berpengaruh terhadap permintaan akan transportasi publik. Menurut Paulley (2006) dalam penelitiannya bahwa kualitas layanan mempunyai beberapa bagian seperti, tempat menunggu, karakteristik kendaraan, simpangan rute, dan informasi sebelum perjalanan.

Berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan konsumen sebagaimana telah diuraikan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa variabel yang mempengaruhi permintaan konsumen, antara lain:

a. Pengaruh Pelayanan Terhadap Permintaan

Tingkat kepuasan konsumen akan layanan yang diberikan akan mempengaruhi selera konsumen untuk mengkonsumsi suatu barang atau jasa. Menurut (Adisasmita 2011:14) pelayanan transportasi adalah jasa yang dihasilkan oleh penyedia jasa transportasi untuk memenuhi kebutuhan pengguna jasa transportasi tingkat kepuasan seseorang terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh produsen akan mempengaruhi permintaan konsumen dalam memilih jasa angkutan. Seorang konsumen yang merasa sangat puas terhadap layanan yang diberikan akan meningkatkan loyalitasnya kepada perusahaan jasa angkutan tersebut daripada konsumen yang tidak mendapat kepuasan akan layanan. Hal ini dikarenakan seseorang tidak mendapatkan layanan yang baik jika menggunakan alternatif transportasi lainnya.

Pelayanan moda transportasi di Indonesia bervariasi sesuai dengan variasi mode transportasi yang tersedia. Pelayanan moda yang dimaksud meliputi angkutan jalan raya, angkutan jalan rel, angkutan penyeberangan, angkutan air, dan angkutan udara. Menurut Kotler (2002:83) pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada suatu produk fisik. Pelayanan merupakan suatu perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dari konsumen demi tercapainya kepuasan konsumen itu sendiri. Kotler juga mengatakan bahwa perilaku tersebut dapat

terjadi pada saat sebelum dan sesudah terjadi transaksi. Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi sehingga akan menghasilkan pembelian yang berulang-ulang oleh konsumen.

Jadi dapat disimpulkan bahwa defenisi dari pelayanan adalah tindakan atau kegiatan yang dilakukan oleh seorang produsen untuk memberikan nilai lebih kepada konsumen guna memberikan kepuasan kepada konsumen untuk barang atau jasa yang dibelinya. Dengan demikian, maka konsumen dapat terpuaskan sehingga berkemungkinan besar konsumen akan kembali lagi untuk mendapatkan barang atau jasa yang diinginkannya. Hal ini juga dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang tinggi akan mendapatkan hasil/keuntungan yang tinggi pula bagi produsen.

b. Pengaruh Kenyamanan Terhadap Permintaan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) kenyamanan adalah keadaan nyaman dan merupakan kebutuhan dasar setiap manusia seperti halnya makan, minum pelindung ataupun tempat peristirahatan. Tanpa kenyamanan akan sulit untuk dapat merasa kebutuhannya telah terpenuhi walaupun seseorang akan berusaha mengatasi ketidaknyamanannya. Kolcaba dalam Peterson dan Bredow (2004,259) mengemukakan beberapa asumsi tentang kenyamanan antara lain :

- 1) Manusia mempunyai respon yang holistic terhadap stimulus yang kompleks.
- 2) kenyamanan adalah suatu hasil holistic yang diharapkan yang berhubungan dengan disiplin keperawatan.

3) Manusia berusaha memenuhi kebutuhan kenyamanannya secara aktif

Kenyamanan dan perasaan nyaman adalah penilaian komprehensif seseorang terhadap lingkungannya. Manusia menilai kondisi lingkungan berdasarkan rangsangan yang masuk ke dalam dirinya melalui keenam indera melalui syaraf dan dicerna oleh otak untuk dinilai. Dalam hal ini yang terlibat tidak hanya masalah fisik biologis, namun juga perasaan. Kemudian otak akan memberikan penilaian relative apakah kondisi itu nyaman atau tidak. Ketidaknyamanan di satu faktor dapat ditutupi oleh faktor lain (Satwiko, 2009).

Jadi dapat disimpulkan bahwa pengertian kenyamanan adalah suatu keadaan dimana seseorang telah merasa nyaman di lingkungan pada saat ia berada di suatu tempat dimana ia telah mendapatkan kesejahteraan di dalam hidupnya.

c. Pengaruh Tarif Terhadap Permintaan

Harga suatu barang dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk mengkonsumsi barang tersebut. Jika pendapatan konsumen tetap, maka pengeluaran konsumen cenderung berkurang atau tetap. Pengeluaran konsumen dipengaruhi oleh perubahan harga dan perubahan anggaran atau pendapatan (Sukirno, 2005:172). Apabila harga tiket salah satu jasa angkutan meningkat, maka konsumen akan lebih memilih kendaraan yang harganya tidak mengalami peningkatan atau harganya lebih murah daripada jasa angkutan tersebut

B. Penelitian Terdahulu

Untuk mendukung penelitian yang penulis lakukan, maka diperlukan adanya penelitian sejenis yang mana berguna untuk melihat dan mengetahui apakah penelitian ini berpengaruh dan mendukung penelitian sebelumnya.

1. Dhika Yasa Dinata Cholil (2013) dalam penelitiannya yang berjudul Analisis Preferensi Konsumen Shuttel Travel Trayek Jakarta-Bandung dimana hasil penelitiannya adalah atribut yang mempunyai nilai kepentingan tertinggi sebagai penentu preferensi kepuasan konsumen adalah harga tiket, kemudian kapasitas dari kendaraan yang berhubungan dengan kenyamanan pengguna *travel*, lalu reservasi yang ditawarkan, lokasi *pool* dari *shuttle travel*, hiburan tambahan dalam armada, dan terakhir keamanan armada. Berdasarkan analisis penelitian ini dari 400 responden yang diuji, perusahaan swasta pemilik *shuttle travel* masih harus memperhatikan atribut harga sebagai preferensi awal konsumen dalam pemilihan *shuttle travel*,
2. Oskar Septriadi dkk (2012) melakukan penelitian yang berjudul pengaruh harga, kualitas pelayanan dan reputasi merek terhadap loyalitas penumpang CV. Tranex Mandiri dengan menggunakan sampel berjumlah 100 responden. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh mengenai penyebaran kuisisioner. Dari hasil kesimpulan menunjukkan harga berpengaruh terhadap loyalitas penumpang dengan nilai sebesar 0,356 berarti harga tidak perlu diperhatikan karena ada faktor yang lebih mempengaruhi penumpang terhadap loyalitas menggunakan

jasa tranex mandiri. Sementara itu kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas penumpang dengan nilai sebesar 0,000 yang berarti pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas penumpang. Reputasi merek tidak berpengaruh terhadap loyalitas penumpang dengan nilai sebesar 0,016 dan dilihat dari nilai koefisien regresi sebesar -,268. Reputasi merek berpengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas penumpang.

3. Danti Nurul Alam (2011) yang meneliti tentang Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam meningkatkan loyalitas penumpang travel bejeu Semarang. Dalam penelitian ini terdapat 4 variabel yakni pelayanan, harga, kepuasan konsumen, dan fasilitas. Kesimpulan dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut :
 - a. Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh bahwa variabel kepuasan konsumen memiliki koefisien positif sebesar 0.528, dengan uji-t menunjukkan signifikan 0.000 (< 0.05). Dengan demikian bahwa kepuasan konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Dengan demikian dugaan adanya pengaruh positif dan signifikan antara kepuasan konsumen terhadap loyalitas pengguna jasa *Travel Bejeu* dapat diterima. Hal ini berarti bahwa dengan terciptanya kepuasan pada konsumen maka akan meningkatkan loyalitas pada pelanggan.
 - b. Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki koefisien positif sebesar 0.339, dengan uji-t

menunjukkan signifikan 0.000 (< 0.05). Dengan demikian dugaan adanya pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dapat diterima. Hal ini berarti bahwa jika kualitas pelayanan pada jasa *Travel* Bejeu ditingkatkan maka akan berdampak pada meningkatnya kepuasan pelanggan.

- c. Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh bahwa variabel fasilitas memiliki koefisien positif sebesar 0.209, dengan uji-t menunjukkan signifikan 0.015 (< 0.05). Dengan demikian dugaan adanya pengaruh positif dan signifikan antara fasilitas terhadap kepuasan konsumen dapat diterima. Hal ini berarti bahwa jika fasilitas pada jasa *Travel* Bejeu diberikan dengan lebih baik maka akan berdampak pada meningkatnya kepuasan pelanggan.
 - d. Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh bahwa variabel harga memiliki koefisien negatif sebesar -0.292, dengan uji-t menunjukkan signifikan 0.002 (< 0.05). Dengan demikian dugaan adanya pengaruh negatif dan signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen dapat diterima.
4. Setyaningsih Sri Utami (2009) dalam penelitiannya yang berjudul Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam mempergunakan jasa transportasi PT. solo central taxi di Surakarta, hasil analisis dalam penelitian ini mendukung semua hipotesis yang diajukan, tarif, kenyamanan, pelayanan solo central taxi mempunyai pengaruh secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan konsumen dan variable pelayanan mempunyai pengaruh dominan.

5. Paulley (2006) dalam penelitiannya dengan judul *The Demand for Public Transport : The effects of fares, quality of service, income and car ownership*, dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa tarif pada masa lengang (waktu liburan, rekreasi, dan lain-lain) memiliki tingkat elastisitas permintaan dua kali lebih besar daripada di masa puncak (bekerja, sekolah, dan lain-lain). Kualitas layanan seperti lingkungan menunggu, karakteristik kendaraan, simpangan rute, informasi sebelum perjalanan berpengaruh terhadap permintaan. Kenaikan Pendapatan memiliki hubungan negatif terhadap permintaan akan transportasi publik. Kepemilikan mobil pribadi memiliki hubungan negatif terhadap permintaan akan transportasi publik.

Adapun perbedaan dari penelitian ini adalah letak penelitian dan waktu penelitian. Dimana pada penelitian ini dilakukan di kota Sawahlunto, Sumatera barat. Dan persamaan pada penelitian ini terlihat pada variabel bebas yakni pelayanan, kenyamanan dan tarif.

C. Kerangka Konseptual

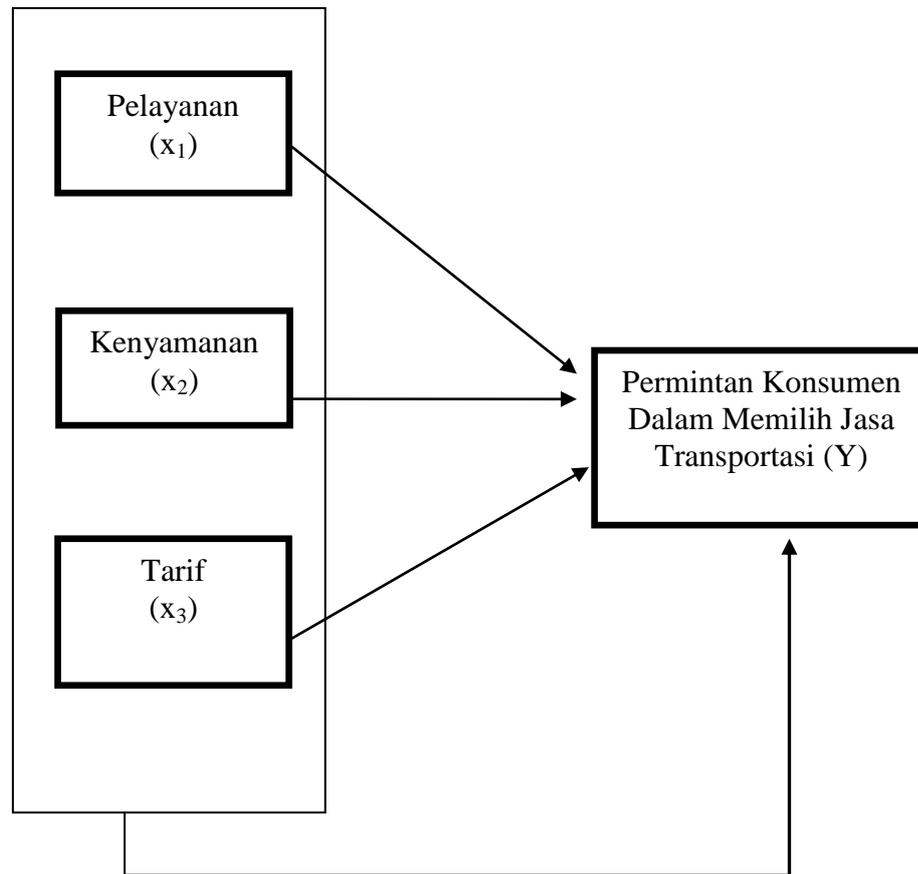
Berdasarkan kajian teori diatas, bahwa diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih jasa angkutan jurusan Sawahlunto-Padang dipengaruhi oleh pelayanan (X_1), kenyamanan(X_2), tarif (X_3) dan permintaan jasa transportasi jurusan Sawahlunto-Padang (Y). Pelayanan (X_1) berpengaruh positif terhadap permintaan jasa transportasi jurusan Sawahlunto-Padang. Semakin tinggi pelayanan yang diberikan oleh produsen maka

semakin tinggi minat konsumen dalam memilih jasa angkutan jurusan Sawahlunto-Padang. Hal ini mungkin disebabkan oleh konsumen yang merasa bahwa pelayanan yang diberikan sebanding dengan harga, seperti halnya kenyamanan dan keamanan selama di perjalanan.

Faktor lain yang mempengaruhi konsumen dalam memilih jasa angkutan jurusan Sawahlunto-Padang yaitu kenyamanan (X_2). Kenyamanan berpengaruh positif terhadap permintaan jasa transportasi jurusan Sawahlunto-Padang. Kenyamanan yang dirasakan oleh seseorang pada saat menggunakan jasa angkutan seperti rasa aman selama diperjalanan dan ini sangat menentukan seorang tersebut akan menggunakan jasa transportasi yang digunakannya. Semakin besar tingkat kenyamanan seseorang, maka semakin tinggi pula permintaan konsumen terhadap perusahaan jasa transportasi tersebut.

Tarif jasa transportasi (X_3), merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi Permintaan masyarakat terhadap jasa transportasi jurusan Sawahlunto-Padang (Y). Tarif berpengaruh positif terhadap permintaan jasa transportasi jurusan Sawahlunto-Padang. Dimana jika harga dari suatu barang akan mempengaruhi anggaran yang dikeluarkan konsumen untuk mengkonsumsi barang tersebut

Secara sistematis, kerangka konseptual dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut :



Gambar 3 : Kerangka konseptual faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih jasa angkutan jurusan Sawahlunto- Padang

D. Hipotesis

Berdasarkan kajian teori dan kerangka konseptual di atas, maka dapat dikemukakan hipotesis yang merupakan jawaban sementara terhadap masalah yang hendak di bahas melalui penelitian ini. Adapun hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut :

1. Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap permintaan konsumen dalam memilih jasa transportasi jurusan Sawahlunto-Padang.

$$H_0: \beta_1 = 0$$

$$H_a: \beta_1 \neq 0$$

2. Kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap permintaan konsumen dalam memilih jasa transportasi jurusan Sawahlunto-Padang.

$$H_0: \beta_2 = 0$$

$$H_a: \beta_2 \neq 0$$

3. Tarif berpengaruh signifikan terhadap permintaan konsumen dalam memilih jasa transportasi jurusan Sawahlunto-Padang.

$$H_0: \beta_3 = 0$$

$$H_a: \beta_3 \neq 0$$

4. Pelayanan, kenyamanan, dan tarif secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap permintaan konsumen dalam memilih jasa transportasi jurusan Sawahlunto-Padang.

$$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$$

$$H_a : \text{salah satu } \beta_i \neq 0$$

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil pengolahan dan pembahasan terhadap hasil penelitian antara variabel bebas terhadap variabel terikat seperti yang telah dijelaskan pada bab IV, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Pelayanan jasa transportasi (X_1) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap permintaan konsumen dalam memilih jasa transportasi jurusan Sawahlunto-Padang (Y) yang artinya semakin baik pelayanan yang diberikan oleh pihak jasa transportasi kepada konsumen maka konsumen tersebut akan semakin tinggi peluangnya untuk memilih jasa transportasi tersebut, begitupun sebaliknya jika seseorang merasa pelayanan oleh jasa transportasi tersebut tidak baik maka peluang seseorang tersebut akan semakin kecil untuk memilih jasa transportasi tersebut.
2. Kenyamanan jasa transportasi (X_2) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap permintaan konsumen dalam memilih jasa transportasi jurusan Sawahlunto-Padang (Y) yang artinya jika konsumen merasa telah mendapatkan rasa nyaman dalam dirinya selama diperjalanan, maka secara otomatis konsumen akan mempunyai peluang yang lebih tinggi untuk memilih jasa transportasi yang ia anggap telah memberikan kenyamanan selama diperjalanan terhadap dirinya dan begitupun sebaliknya jika seseorang tidak merasa nyaman dalam perjalanan, maka otomatis

konsumen tersebut mempunyai peluang yang kecil dalam memilih jasa transportasi tersebut.

3. Selanjutnya tarif atau harga tiket (X_3) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan konsumen dalam memilih jasa transportasi jurusan Sawahlunto-Padang. Ini menunjukkan bahwa tariff yang ditetapkan oleh perusahaan jasa transportasi khususnya untuk jurusan Sawahlunto-Padang sangat mempengaruhi konsumen dalam memilih jasa transportasi.
4. Secara bersama-sama variabel pelayanan (X_1), kenyamanan (X_2), dan tarif (X_3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap permintaan konsumen dalam memilih jasa transportasi jurusan Sawahlunto-Padang.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijabarkan di atas, maka dapat dikemukakan beberapa saran sebagai berikut:

1. Pelayanan merupakan faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih jasa transportasi jurusan Sawahlunto-Padang. Oleh sebab itu, kesadaran pihak perusahaan jasa transportasi akan meningkatkan pelayanan yang prima terhadap konsumennya harus ditingkatkan, jika pelayanan yang diberikan kepada konsumen lebih baik, ini akan menguntungkan bagi perusahaan jasa transportasi itu sendiri yang mana konsumen akan terus menggunakan jasa transportasi tersebut atau meningkatkan loyalitasnya sehingga secara tidak langsung akan

menambah penghasilannya dan menguntungkan bagi perusahaan itu sendiri.

2. Kenyamanan jasa transportasi sangat penting bagi konsumen dalam memilih jasa transportasi yang akan ia gunakan, maka dari itu disarankan bagi perusahaan jasa transportasi akan selalu menjaga rasa nyaman konsumen selama diperjalanan seperti dengan mengisi kapasitas penumpang sesuai dengan kapasitasnya dan tidak mengisi secara berlebihan yang mana akan mengakibatkan konsumen merasa tidak nyaman selama diperjalanan. Disamping itu juga disarankan kepada para supir yang harus mematuhi peraturan sepanjang perjalanan dan tidak ugal-ugalan yang mana ini akan membuat konsumen merasa takut dan akan merugikan bagi perusahaan jasa transportasi itu sendiri.
3. Tarif atau harga tiket juga mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih jasa transportasi untuk jurusan Sawahlunto-Padang. Disarankan kepada perusahaan jasa transportasi agar tidak mematok harga yang berlebihan kepada konsumen karena ini dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih jasa transportasi. Harga tiket yang ditetapkan haruslah sesuai dengan pelayanan dan kenyamanan yang didapatkan oleh konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisasmita, Sakti Adji. 2011. *Jaringan Transportasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran Di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat
- J. Setiadi, Nugroho. 2010. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Mankiw, N. Gregory. 2006. *Pengantar Ekonomi Mikro*. Jakarta: Salemba Empat
- Mankiw, N. Gregory. 2012. *Pengantar Ekonomi Mikro*. Jakarta: Salemba Empat
- Mowen, John C. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga
- Miro, Fidel. 2005. *Perencanaan Transportasi*. Jakarta : Penerbit Erlangga
- Nackrowi Djalal, Hardius Usman. 2002. *Penggunaan Teknik Ekonometrik , Pendekatan Populer dan Praktis Dilengkapi Teknik Analisis dan Pengolahan Data Dengan menggunakan Paket Program SPSS*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Nicholson, Walter. 2002. *Mikro Ekonomi Intermediate*. Jakarta: Erlangga
- Nitisusanto, Mulyadi. 2012. *Perilaku Konsumen Dalam Perspekti Kewirausahaan*. Bandung: Alfabet
- Paulley, Neil. 2006. *The Demand For Public Transport: The Effect Of Fares, Aulity Of Service, Income And Car Ownership*. TRI, Crowthorne House, Nine Mile Ride, Workingham, United Kingdom.
- Phindyck, Robert S dan Daniel L. Punbinfeld. 2003. *Mikro Ekonomi*. Jakarta: Indeks
- Phindyck, Robert S dan Daniel L. Punbinfeld. 2007. *Mikro Ekonomi*. Jakarta: Indeks
- Prassetijo, Ristiyanti dan John J.O.I Ihalauw. 2005. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Peterson,Sandra J,bredow,Timothy S. 2004. *Midle Ranges Theories Application to Nursingresearch*. Philadelphia: Lippincontt Williams & Wilkins.
- Rohmah, Ainur. 2008. *Pengaruh Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia*. Malang.