

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin kompetitif, perusahaan transportasi dituntut untuk tidak hanya menyediakan layanan yang cepat dan aman, tetapi juga berkualitas serta mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan. Kepuasan pelanggan menjadi salah satu indikator penting dalam menilai keberhasilan suatu perusahaan jasa, termasuk di sektor transportasi darat seperti bus antar kota. Oleh karena itu, pengukuran kepuasan pelanggan menjadi sebuah kebutuhan strategis dalam mempertahankan loyalitas dan memperluas pasar.

Transportasi Hiace di Lhokseumawe memiliki sejumlah keunggulan yang sulit ditandingi oleh moda transportasi lain seperti bus. Dengan 17 unit mobil yang tersedia dan jam keberangkatan fleksibel mulai pukul 08.00, 09.00, 10.00, 11.00, 12.00, 14.00, 15.00, 17.00, 18.00, 20.00, 22.00, 23.00, hingga 24.00, Hiace mampu memenuhi kebutuhan penumpang tanpa terikat jadwal ketat. Ukurannya yang *compact* juga memudahkan penetrasi ke rute perkotaan sempit dan padat, sementara bus besar seringkali terkendala mobilitas. Fleksibilitas ini tercermin dari tingginya minat masyarakat, dengan jumlah pengguna Hiace mencapai rata-rata 123 orang per hari, jauh melampaui bus yang hanya mengangkut sekitar 40 penumpang per hari.

Dari segi kenyamanan, hiace menawarkan pengalaman perjalanan yang lebih personal dengan kapasitas penumpang terbatas, berbeda dengan bus yang sering penuh sesak dan kurang nyaman. Keunggulan lain terletak pada kecepatan tempuh karena tidak perlu singgah di terminal besar, perjalanan dengan hiace cenderung lebih cepat dan langsung sampai tujuan. Selain itu, harga tiket hiace yang kompetitif, ditambah pelayanan *door-to-door service*, semakin memperkuat posisinya sebagai pilihan utama masyarakat Lhokseumawe. Sementara itu, transportasi konvensional seperti bus dinilai kurang efisien karena rutennya yang kaku dan keterbatasan operasional.

Faktor pelayanan, harga dan promosi yang saling melengkapi ini menjadikan hiace pilihan utama bagi masyarakat yang mengutamakan kenyamanan, kecepatan dan keandalan. Untuk terus meningkatkan kualitas layanan sekaligus mengevaluasi pengaruh harga dan strategi promosi, pendekatan analitis modern seperti *Structural Equation Modelling* (SEM) dapat digunakan. Metode ini mampu mengukur dan mengoptimalkan setiap aspek mulai dari kepuasan langsung penumpang, sensitivitas harga, efektivitas promosi, hingga dampak tidak langsung dari setiap inovasi layanan. Dengan komitmen terhadap peningkatan berkelanjutan di ketiga faktor ini pelayanan, harga dan promosi transportasi hiace tidak hanya mempertahankan reputasinya, tetapi juga terus menciptakan standar baru dalam industri transportasi darat.

Penelitian ini bertujuan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pelanggan dalam menggunakan transportasi Hiace di Lhokseumawe dengan pendekatan *Structural Equation Modelling* (SEM). Fokus penelitian meliputi identifikasi variabel-variabel kritis seperti harga, kenyamanan, fleksibilitas jadwal, aksesibilitas rute, keamanan dan kualitas layanan, serta pengaruhnya baik langsung maupun tidak langsung terhadap preferensi konsumen. Temuan ini akan memberikan dasar empiris untuk memahami preferensi konsumen, sekaligus menjadi acuan bagi operator dalam meningkatkan layanan berbasis faktor-faktor penentu keputusan pengguna.

Berdasarkan permasalahan di atas, penulis tertarik untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pelanggan dalam menggunakan jasa transportasi hiace. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi langkah strategis dalam meningkatkan daya saing layanan, sekaligus memberikan rekomendasi berbasis data untuk memperkuat preferensi konsumen. Melalui identifikasi variabel kunci yang memengaruhi pilihan pelanggan, perusahaan dapat mengembangkan strategi layanan yang lebih responsif, efisien dan berorientasi pada peningkatan loyalitas serta keputusan pembelian. Penelitian ini akan berjudul **“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Transportasi Hiace di Kota Lhokseumawe.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana hubungan antar faktor yang mempengaruhi keputusan pelanggan dalam menggunakan jasa transportasi hiace di kota Lhokseumawe?
2. Seberapa besar pengaruh gabungan faktor-faktor tersebut terhadap keputusan pelanggan dalam menggunakan jasa transportasi hiace di kota Lhokseumawe?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui hubungan antar faktor yang mempengaruhi keputusan pelanggan dalam menggunakan jasa transportasi hiace di kota Lhokseumawe.
2. Untuk mengetahui besar pengaruh gabungan faktor-faktor tersebut terhadap keputusan pelanggan dalam menggunakan jasa transportasi hiace di kota Lhokseumawe.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pihak – pihak terkait diantaranya:

1. Bagi Penulis
Menambah wawasan dan pengetahuan dalam menerapkan ilmu-ilmu yang didapat selama bangku kuliah dalam mengatasi permasalahan nyata di dunia industri.
2. Bagi Akademik
Manfaat akademik dalam penelitian ini adalah sebagai media referensi bagi peneliti selanjutnya yang nantinya menggunakan konsep dan dasar penelitian yang sama.
3. Bagi Perusahaan

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis kepada perusahaan, baik dalam peningkatan kualitas pelayanan, penyesuaian harga yang kompetitif, maupun pengoptimalan strategi promosi. Dengan perbaikan menyeluruh pada ketiga aspek tersebut, diharapkan dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, yang pada akhirnya akan berdampak positif pada peningkatan pangsa pasar dan keberlangsungan bisnis perusahaan dalam jangka panjang.

1.5 Batasan Masalah dan Asumsi

1.5.1 Batasan Masalah

Agar pemecahan masalah dapat dilakukan dengan baik, dan penelitian ini fokus pada tujuan dan tidak menyimpang dari masalah yang telah dirumuskan maka diberikan pembatasan masalah yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan *Structural Equation Modelling* (SEM).
2. Faktor-faktor yang digunakan pada penelitian ini adalah faktor pelayanan, harga dan promosi.
3. Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuisioner kepada pelanggan yang menggunakan jasa transportasi hiace.

1.5.2 Asumsi

Adapun asumsi yang digunakan pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Variabel-variabel yang dipilih untuk penelitian benar-benar mencerminkan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian
2. Harapan pelanggan mencerminkan standar layanan yang ideal, yang dapat dibandingkan dengan persepsi terhadap layanan yang diterima.
3. Semua mobil hiace memberikan pelayanan yang persis sama kondisi mobil, sopir, harga, kenyamanan dan ketepatan waktunya dianggap tidak berbeda satu sama lain.