

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dunia usaha jasa, persaingan merupakan dinamika yang lazim ditemukan. Setiap penyedia jasa maupun pelanggan yang terlibat dalam sektor ini secara interen menjadi bagian dari lingkungan kompetitif, dimana berbagai persiapan strategis dilakukan untuk mencapai keunggulan. Menurut Mujahidin dalam Fauziah, dkk (2019:98), secara umum, persaingan usaha adalah perseteruan antar pelaku usaha yang secara independen berusaha mendapatkan konsumen dengan menawarkan harga yang baik dengan kualitas barang atau jasa yang baik pula. Dalam konteks ekonomi, persaingan mengacu pada upaya para penjual untuk meraih keuntungan, memperluas pangsa pasar, dan meningkatkan volume penjualan. Umumnya, para penjual berupaya memenangkan persaingan melalui diferensiasi pada aspek harga, produk, distribusi, dan promosi.

Konteks perilaku konsumen, Kotler dan Keller (2016) menjelaskan bahwa keputusan pembelian mengacu pada perilaku pembelian akhir dari konsumen, baik individual, maupun rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi. Menurut Kotler dan Keller (2016:194), keputusan pembelian konsumen merupakan bagian dari perilaku konsumen, yang mempelajari bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan mengelola barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Keputusan pembelian merupakan salah satu aspek penting yang menentukan keberhasilan perusahaan dalam mempertahankan dan meningkatkan

jumlah konsumennya. Menurut Kotler dan Keller (2016), keputusan pembelian dapat dilihat melalui beberapa indikator, yaitu pilihan produk, pilihan merek, pilihan saluran pembelian, pilihan waktu pembelian, dan jumlah pembelian. Pada penelitian ini, kelima indikator tersebut menjadi dasar untuk melihat bagaimana konsumen memutuskan membeli tiket Bus AKAP Gunung Harta di Kabupaten Buleleng.

Berdasarkan indikator pilihan produk, konsumen memilih layanan transportasi yang dianggap mampu memenuhi kebutuhan perjalanan dari segi kenyamanan, keamanan, fasilitas, serta ketepatan waktu. Meskipun Bus Gunung Harta menawarkan berbagai fasilitas seperti kursi executive, sleeper, AC, Wi-Fi, USB charger, makanan, dan layanan shuttle, masih ditemukan beberapa keluhan pelanggan terkait keterlambatan keberangkatan, proses perpindahan dari shuttle ke bus utama, serta pelayanan yang belum sepenuhnya memenuhi harapan konsumen, indikator pilihan merek, konsumen di Kabupaten Buleleng memiliki beberapa alternatif perusahaan otobus seperti Gunung Harta, Puspasari, dan Menggala. Adanya berbagai pilihan tersebut menyebabkan konsumen melakukan perbandingan sebelum memutuskan membeli tiket. Gunung Harta dikenal sebagai salah satu perusahaan otobus dengan armada premium dan jaringan trayek yang luas, namun harga tiket yang relatif lebih tinggi dibandingkan pesaing menjadikan konsumen mempertimbangkan kembali merek yang akan dipilih sesuai kebutuhan dan kemampuan finansial mereka. Selanjutnya, berdasarkan indikator pilihan saluran pembelian, konsumen memiliki berbagai alternatif dalam memperoleh tiket, baik melalui pembelian secara langsung di kantor agen maupun melalui saluran digital seperti website resmi, aplikasi, Traveloka, RedBus, maupun platform

lainnya. Kemudahan akses pembelian secara online memberikan keuntungan bagi konsumen, namun efektivitas saluran tersebut tetap dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan, kecepatan pelayanan, dan ketersediaan informasi yang diberikan kepada calon penumpang. Pada indikator pilihan waktu pembelian, perilaku konsumen menunjukkan adanya perbedaan waktu dalam melakukan pembelian tiket. Sebagian konsumen melakukan pembelian jauh hari sebelum keberangkatan, terutama menjelang hari raya, musim mudik, dan libur sekolah untuk menghindari kehabisan tiket. Di sisi lain, terdapat pula konsumen yang membeli tiket mendekati jadwal keberangkatan sehingga berpotensi memperoleh harga yang lebih tinggi. Perbedaan waktu pembelian ini menunjukkan bahwa kondisi tertentu dapat memengaruhi keputusan konsumen dalam menentukan kapan pembelian dilakukan.

Sementara itu, indikator jumlah pembelian juga mencerminkan keputusan konsumen. Sebagian konsumen membeli tiket hanya untuk satu orang, sedangkan pada kondisi tertentu seperti perjalanan keluarga, rombongan, atau kegiatan tertentu, konsumen membeli lebih dari satu tiket dalam satu kali transaksi. Meningkatnya jumlah pembelian tiket Bus Gunung Harta dari tahun ke tahun menunjukkan bahwa perusahaan masih memperoleh kepercayaan masyarakat. Namun demikian, peningkatan tersebut perlu diimbangi dengan strategi penetapan harga dan promosi yang tepat agar keputusan pembelian konsumen dapat terus dipertahankan di tengah persaingan yang semakin ketat.

Menurut Kotler & Keller (2016), harga adalah salah satu komponen bauran pemasaran yang memberikan penghasilan kepada penjual dan di sisi lainnya bisa menghasilkan biaya. Harga yang mengkomunikasikan kepada konsumen mengenai

positioning dari produk atau merek karena dengan harga yang ditetapkan tersebut bisa menjadi pembeda diantara produk atau merek lain.

Menurut Alma (2014) promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa. Bauran promosi merupakan bagian dari rangsangan pemasaran yang merupakan variabel yang dapat dikontrol oleh perusahaan (Kotler dan Keller, 2016). Untuk memberi informasi tentang produk atau jasanya, serta membujuk dan mengingatkan konsumen guna melakukan pembelian terhadap barang dan jasa.

Bus AKAP (Antar Kota Antar Provinsi) saat ini masih menjadi pilihan transportasi jarak jauh yang populer di Indonesia. Ketersediaan berbagai pilihan merek yang terus bertambah seiring waktu memberikan banyak opsi bagi masyarakat Indonesia. Beberapa pilihan merek bus AKAP di Indonesia ada Rosalia Indah, Agra Mas, Lorena atau Karina, Sinar Jaya, Harapan Jaya, Nusantara, Putera Mulya, Kencana, Gunung Harta, Juragan 99, Agung Sejati, Laju Prima atau Murni Jaya, Safari Dharma Raya, Angkasa Trans Jaya, Tami Jaya, Bandung Express, Titian Mas dan PO Haryonto. Selain itu juga, terdapat banyak jurusan yang dilayani atau dibuka di masing-masing merek bus AKAP tersebut, yang dimana jurusan yang paling populer di Indonesia yaitu Jakarta-Surabaya, Jakarta Malang, Jakarta-Yogyakarta, dan Jakarta-Solo. Sedangkan untuk di wilayah Bali pilihan merek bus AKAP yaitu Lorena, Pahala Kencana, Gunung Harta, Dharma Jaya Group atau Wisata Komodo, Purnayasa Trans, MTrans, Bali Perdana, Bandung Express, Surya Bali, Titian Mas, Tiara Mas Transport, Perum Damri, Mansion Transport, Tami Jaya, Kramat Jati, Menggala, Puspasari dan lainnya. Di wilayah Bali jurusan yang paling sering dikunjungi atau paling populer yaitu Surabaya, Jakarta, Yogyakarta, dan Solo.

Fasilitas yang ditawarkan bervariasi tergantung jenis bus dipesan, mulai dari kelas executive, sleeper combi, sleeper, premium, dan lainnya. Kondisi ini mendorong masyarakat untuk mempertimbangkan berbagai merek, harga, promosi, serta fasilitas yang ditawarkan demi kenyamanan mereka. Berdasarkan data BPS, (2024) menyatakan di Indonesia jumlah kendaraan bermotor bus pada tahun 2023 mencapai 269.710 unit, dimana Provinsi Bali menyumbang 15.160 unit, menempati urutan ke-6 terbanyak diseluruh Indonesia. Provinsi Jawa Timur menduduki peringkat pertama, diikuti oleh DKI Jakarta, Jambi, dan Jawa Barat.

Tingginya minat terhadap bus AKAP saat ini, maka banyak penyedia jasa mulai menawarkan tiket dengan harga dan jenis yang bervariasi. Tidak dapat dipungkiri, hal ini memicu persaingan ketat antar penyedia jasa bus AKAP. Oleh karena itu, para penyedia jasa bus AKAP perlu memiliki strategi yang efektif untuk menarik lebih banyak pembeli dan mempertahankan pangsa pasar mereka di industry jasa.

Wilayah Kabupaten Buleleng, pada tahun 2021 hingga 2022, merek bus yang beroperasi meliputi Gunung Harta, Puspasari, Menggala, Pahala Kencana, dan Safari Dharma Raya. Namun, seiring berjalannya waktu, beberapa pilihan merek bus berkurang dan menghilang. Sejak tahun 2023 hingga 2025, hanya Gunung Harta, Puspasari, dan Menggala yang masih bertahan. Khusus untuk pembelian tiket bus Gunung Harta di Kabupaten Buleleng, pelanggan akan diantar terlebih dahulu dengan bus kecil atau sering disebut shuttle menuju Pelabuhan Gilimanuk, kemudian berganti dengan bus besar. Situasi ini seringkali menimbulkan keluhan dari pelanggan, seperti keterlambatan bus besar, kualitas dan fasilitas bus kecil yang

kurang nyaman, serta pelayanan operator yang lambat. Data pendukung sebagai berikut terdapat pada tabel 1.1 dan 1.2.

Tabel 1. 1 Data Bus AKAP Di Kabupaten Buleleng

No	Perusahaan Otobus (PO)	Lintas Trek yang Dilayani
1	Puspasari	Singaraja-Surabaya
2	Gunung Harta	Singaraja-Jakarta
3	Menggala	Singaraja-Surabaya

Sumber: Kantor Dinas Perhubungan Singaraja, (2024)

Tabel 1. 2 Data Pembelian Tiket Tahun 2023-2025

No	Perusahaan Otobus (PO)	Tahun (Orang)		
		2023	2024	2025
1	Puspasari	3.303	3.909	3.600
2	Gunung Harta	13.126	13.720	16.873

Sumber: P.O Gunung Harta Kabupaten Buleleng dan Puspasari (2025)

Data diatas menunjukkan rekapan pembelian tiket bus AKAP Gunung Harta di Kabupaten Buleleng, yang mengalami peningkatan dari tahun 2022 hingga 2025. Harga dan promosi juga menjadi pertimbangan penting bagi konsumen. Perbandingan harga tiket bus Gunung Harta dan Puspasari menunjukkan perbedaan yang signifikan, seperti terlihat pada tabel 1.3.

Tabel 1. 3 Perbandingan Harga Tiket Jurusan yang sama

No	Jurusan	Gunung Harta	Puspasari	Jenis
1	Surabaya	Rp280.000	Rp225.000- Rp250.000	Executive
2	Solo	Rp350.000	Rp350.000	Executive
3	Yogyakarta	Rp380.000	Rp350.000	Executive

Sumber: P.O Gunung Harta Kabupaten Buleleng, Puspasari (2024)

Harga tiket bus Gunung Harta dapat meningkat atau mengalami lonjakan kembali pada hari raya besar seperti Natal dan Lebaran, serta saat liburan sekolah dimulai. Kenaikan harga bahan bakar juga turut mempengaruhi kenaikan harga tiket dari harga normal biasanya. Terkadang juga ada hari dimana seperti memang

saatnya menaikkan harga dari harga normal biasanya seperti saat pembukaan atau membuka jurusan atau trayek baru, dan juga adakala mereka menurunkan atau memberi potongan harga saat membuka jurusan atau trayek baru untuk bus Gunung Harta.

Peneliti memilih bus AKAP Gunung Harta sebagai obyek penelitian karena merupakan salah satu bus yang melayani banyak jurusan kota seperti Jakarta, Bandung, Tasik Malaya, Bogor, Yogyakarta, Magelang, Malang, Blitar T. Agung, Semarang, Madura, Surabaya, Kediri Jatim, Secang, Jepara, Purwodadi, Demak, Solo, Madiun, dan Maospati. Kelas yang tersedia meliputi executive, sleeper, dan super executive. Fasilitas yang didapatkan berupa snack, makan, bantal, selimut, AC, TV, Toilet, USB Charge, dan Wifi.

Pilihan saluran untuk membeli tiket bus AKAP Gunung Harta yaitu bisa dengan melalui online maupun offline, untuk online itu bisa melalui website resmi Gunung Harta, Traveloka, Red Bus, TikTok, dan Aplikasi. Jika offline langsung menuju Kantor P.O Gunung Harta Singaraja yang berlokasi di Jalan Ngurah Rai No. 18, Kabupaten Buleleng, Bali. Untuk waktu pembelian biasanya masyarakat yang berdomisili di Kabupaten Buleleng bisa bervariasi dimana terkadang disaat-saat hari raya seperti natal dan mudik lebaran serta liburan sekolah, bisa bulanan ataupun mingguan tergantung hari tersebut.

Penelitian sebelumnya oleh Widiasih dan Sujana, (2024) menyatakan bahwa viral marketing dan harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Supraeni dan Suwendra, (2023) harga, kualitas produk dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Mariani dan Sujana, (2024) harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan

terhadap keputusan pembelian. Rahayu dan Sujana, (2024), citra merek dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Ni Desak Made Putri Rahayu dan I Nyoman Sujana, (2024) citra merek dan harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Ida Ayu Made Novita Maharani dan I Wayan Suwendra, (2025) harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Ni Putu Pasek Septiana Dewi dan I Nyoman Sujana, (2025) kualitas produk, citra merek, dan harga berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian. Penelitian-penelitian ini mendukung temuan bahwa faktor ini saling berperan dalam meningkatkan keputusan pembelian.

Menurut Bapak Eko, manajer penanggung jawab P.O Gunung Harta di Kabupaten Buleleng, promosi yang dilakukan oleh bus AKAP Gunung Harta cenderung hanya melalui promosi digital saja, tanpa promosi konvensional, dan lebih bersifat harus menunggu permintaan pasar. Berangkat dari kondisi ini, mengidentifikasi apakah harga dan promosi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian tiket bus AKAP Gunung Harta di Kabupaten Buleleng, ataukah ada faktor lain yang lebih dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian tersebut. Penelitian ini diberi judul **“Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bus AKAP Gunung Harta di Kabupaten Buleleng”**

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

1. Harga lebih tinggi, daripada bus lainnya yang memiliki jurusan yang sama.
2. Adanya keluhan dari beberapa pelanggan.

3. Kurangnya promosi yang dilakukan, serta selalu cenderung menunggu permintaan pasar.
4. Adanya persaingan dengan bus lainnya dengan harga yang bervariasi.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dijelaskan diatas, mengingat banyak permasalahan yang harus diatasi agar penelitian ini dapat dibahas lebih tuntas dan dapat mencapai sasaran yang diharapkan perlu adanya pembatasan masalah. Penelitian ini akan lebih memfokuskan pada harga dan promosi terhadap keputusan pembelian tiket bus AKAP Gunung Harta di Kabupaten Buleleng.

1.4 Rumusan Masalah Penelitian

Rumusan masalah yang bisa diambil dari pembatasan masalah adalah sebagai berikut.

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket bus AKAP Gunung Harta di Kabupaten Buleleng?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket bus AKAP Gunung Harta di Kabupaten Buleleng?
3. Apakah harga dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket bus AKAP Gunung Harta di Kabupaten Buleleng?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh sebagai berikut.

1. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian tiket bus AKAP Gunung Harta di Kabupaten Buleleng.
2. Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian tiket bus AKAP Gunung Harta di Kabupaten Buleleng
3. Pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian tiket bus AKAP Gunung Harta di Kabupaten Buleleng.

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Adapun dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut.

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi atau berpartisipasi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dibidang ekonomi kedepannya khususnya dibidang Manajemen Pemasaran yang berkaitan dengan harga dan promosi serta keputusan pembelian.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini selain digunakan sebagai syarat dalam penyelesaian pendidikan, penelitian ini juga dapat menambah ilmu pengetahuan serta pemahaman peneliti tentang harga dan promosi serta keputusan pembelian.

b. Bagi P.O Gunung Harta Kabupaten Buleleng

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan masukan bagi P.O Gunung Harta Kabupaten Buleleng mengenai faktor

dominan yang menjadi suatu alasan pertimbangan para konsumen dalam pengambilan keputusan membeli.

c. Bagi Universitas Pendidikan Ganesha

Hasil Penelitian ini bisa dijadikan sebagai tambahan pengetahuan dan wawasan pada bidang manajemen pemasaran yang memiliki manfaat bagi pembaca serta sebagai salah satu referensi, rujukan dan informasi bagi kepentingan keilmuan yang berkaitan dengan harga dan promosi serta keputusan pembelian.

