

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Peningkatan jumlah kendaraan bermotor terlihat di berbagai kota di Indonesia, seperti Surabaya. Di Surabaya, jumlah kendaraan semakin meningkat setiap tahunnya.

Tabel 1.1 Jumlah Kendaraan Bermotor di Surabaya

Jumlah Kendaraan Bermotor di Kota Surabaya

Tahun	Mobil Penumpang	Bus	Truk	Sepeda Motor	Kendaraan Khusus	TOTAL
2018	469.276	3.620	142.771	2.342.887	186	2.958.740
2019	495.596	3.888	149.670	2.517.449	196	3.166.799
2020	503.066	3.965	153.102	2.599.332	196	3.259.661

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur

Per Juli 2023, Berasal dari data yg dihimpun dari Koorlantas Polri, volume kendaraan bermotor pada Surabaya per Juli 2023 mencapai 3.572.968 unit dimana jumlah jenis kendaraan tertinggi dipimpin oleh sepeda motor dengan total 2.897.528 unit.

Tabel 1.2 Jenis Kendaraan Bermotor

NO	POLRES/TA	MP	BUS	MB	SPD MOTOR	RANSUS	TOTAL
1	SURABAYA, KOTA	500.215	3.180	171.555	2.897.528	370	3.572.968
2	(TAK DIISI)	2.228.444	9.962	7.564	194.970	1.710	2.442.652
3	SIDOARJO	196.664	1.554	50.799	1.343.178	33	1.592.243
4	MALANG	114.607	2.572	45.758	1.036.580	17	1.199.547
5	BANYUWANGI	58.749	479	26.060	710.895	21	796.215

Sumber: Korlantas Polri, Jumlah Kendaraan Polda Jawa Timur

Hal ini menunjukkan warga masih sangat bergantung pada tunggangan pribadi. Di Surabaya sendiri, pertumbuhan kendaraan meningkat setiap tahunnya sehingga beresiko tinggi terjadinya kemacetan dan kecelakaan lalu lintas.

Gambar 1.1 Data Kota Termacet di Indonesia

TEMPO.CO
Kota Termacet di Indonesia

Ranking Negara (2021)	Kota ▼	Ranking Global (2021)	Ranking Global (2020)	Jam terbang akibat kemacetan (dalam setahun)	Perubahan jam terbang dibanding sebelum pandemi Covid-19
1	Surabaya	41	361	62	72%
4	Malang	334	46	29	-49%
2	Jakarta	222	55	28	-81%
3	Denpasar	291	142	31	-48%
5	Bogor	821	1014	7	-224%

Sumber: INRIX

A Flourish data visualization

Sumber: INRIX, Laporan Lalu Lintas Global 2021

Dari survey yang telah dilakukan oleh pihak INRIX dalam laporan Lalu Lintas Global 2021 mencatat bahwa Surabaya sebagai kota termacet di Indonesia pada tahun 2021, menggeser Jakarta.

Selain itu, jumlah kecelakaan di Surabaya pada tahun 2017 yang tercatat pada BPS Surabaya mencapai 2.389 kendaraan. Menghadapi fenomena tersebut, Pemerintah Kota Surabaya dirasa perlu menyediakan layanan transportasi umum untuk mengatasi permasalahan tersebut. Suroboyo Bus dirilis pada tanggal 7 April 2018 oleh pemerintah kota Surabaya. Pada awalnya, terdapat 10 armada bus, terdiri dari 8 armada Suroboyo Bus reguler dan 2 armada bus tingkat. Hingga saat ini, tahun 2023, Suroboyo Bus hanya memiliki 3 rute Suroboyo Bus dan 5 rute Wirawiri Suroboyo. Rute-rute tersebut meliputi Terminal Purabaya – Rajawali, Terminal Purabaya – Tembaan, dan Terminal Joyoboyo – Osowilangun untuk Suroboyo Bus, serta Terminal Benowo – Tunjungan, Mayjend Sungkono – Balai Kota, TIJ – Kedung Asem, Penjaringan Sari – Gunung Anyar, dan Puspa Raya – HR Muhammad untuk rute Wirawiri Suroboyo. Dengan terbatasnya rute

ini, maka peran layanan Suroboyo Bus dinilai masih belum maksimal dalam membantu masyarakat untuk beralih ke layanan Suroboyo Bus, sehingga diperlukan adanya beberapa peningkatan dan inovasi agar masyarakat berkemauan untuk menggunakan layanan jasa Suroboyo Bus.

Feigenbaum (1961) mendefinisikan kualitas sebagai karakteristik yang mempengaruhi kemampuan produk atau layanan tertentu untuk pemenuhan kebutuhan yang tersirat atau tersurat. Sunyoto (2016:45) menyatakan kualitas adalah ukuran barang atau jasa apakah memiliki nilai yang diharapkan atau dapat diartikan jika suatu barang atau jasa berkinerja sesuai yang diharapkan maka dianggap mempunyai kualitas. Dalam penelitian ini, terdapat 2 jenis kualitas, yaitu kualitas produk yang berupa wujud fisik produk serta kualitas pelayanan yang berupa jasa atau produk nonfisik

Kotler serta Armstrong (2006,p.299) menekankan bahwa kualitas produk ialah kekuatan produk menjalankan kegunaannya dan mencakup keseluruhan daya tahan, keandalan, keakuratan, kemudahan pengoperasian dan perbaikan produk, serta atribut produk lainnya.. Dimensi kualitas produk berdasarkan Tjiptono (2019, hlm. 76-77), terdiri dari delapan dimensi, yaitu: kinerja, fitur, keandalan, kesesuaian menggunakan spesifikasi, daya tahan, kemampuan melayani, estetika, dan persepsi terhadap kualitas. Dalam indikator kualitas produk Suroboyo Bus setidaknya berkaitan dengan kinerja bus dalam menjalankan tugasnya, fitur yang dimiliki oleh Suroboyo Bus baik di dalam Bus maupun di halte bus sehingga pengguna Suroboyo Bus mendapatkan rasa aman dan nyaman, kesesuaian spesifikasi layanan Suroboyo Bus baik interior bus maupun halte bus yang menyediakan berbagai fitur pembayaran di lokasi tertentu, daya tahan Bus selama masa pengoperasionalannya apakah dapat beroperasi dengan baik tanpa adanya

malfungsi , serta estetika bus yang berkaitan dengan kebersihan dan kerapian untuk membuat penggunaanya nyaman.

Menurut Standar Organisasi Internasional (ISO) 9000 seperti yang dijelaskan dalam Tjiptono (2013:212), kualitas layanan jasa mengacu pada perpaduan sifat dan karakteristik yang berakibat pemenuhan kebutuhan pengguna. Konsep ini diperkuat oleh pendapat dari Parasuraman dan rekan-rekannya, sebagaimana disebutkan pada Hamdani dan Lupiyoadi (2006:182), yang mengidentifikasi dimensi-dimensi kualitas layanan, yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati.

Dalam jurnal yang ditulis oleh Rastini & Pramana (2016), indikator-indikator kualitas layanan mencakup elemen-elemen seperti: Bukti Fisik, mencakup aspek-aspek seperti desain interior, kebersihan, keteraturan, dan ketenangan dalam ruang tunggu, serta ketersediaan peralatan yang diperlukan, dan penampilan karyawan. Keandalan, mencakup keakuratan dalam memberikan layanan jasa serta kemampuan untuk menyediakan produk/jasa yang handal. Daya Tanggap, berkaitan dengan kemampuan petugas di dalam melayani pengguna, menangani transaksi dengan cepat, serta responsif terhadap permintaan dan kebutuhan pelanggan. Jaminan, melibatkan upaya untuk membangun keyakinan serta kepercayaan pelanggan melalui kemampuan, pengetahuan, dan perilaku petugas. Empati, mencakup kemampuan petugas untuk menunjukkan sikap peduli dan perhatian terhadap pelanggan.

Dalam konteks Suroboyo Bus, indikator-indikator kualitas layanan yang relevan mencakup kondisi kendaraan, ketersediaan supir yang terampil, kecepatan dalam memberikan respon informasi terkait halte terdekat, pelayanan ramah dalam menangani keluhan penumpang, keamanan dalam mengelola kecepatan bus, ketegasan dalam

penempatan penumpang sesuai kategori, ketersediaan jadwal perjalanan yang dapat diakses melalui aplikasi berbasis Android, kenyamanan bagi penumpang, serta responsif dalam memberikan pelayanan dan informasi di dalam bus. Semua indikator ini penting dalam memastikan bahwa Suroboyo Bus memberikan kualitas layanan yang baik kepada pelanggan dan memenuhi kebutuhan mereka dengan baik

Kotler & Armstrong (2012:345) menyatakan, secara luas harga sebagai jumlah yang dibayar konsumen guna mendapat hasil dari memiliki atau menggunakan produk serta layanan yang memungkinkan perusahaan mendapatkan profit yang wajar dengan membayar nilai pelanggan yang diciptakannya.. Kotler & Armstrong (2012: 314) mengemukakan, Indikator harga mencakup empat kategori, yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga terhadap kualitas produk, daya saing harga, serta kesesuaian harga terhadap manfaat produk. Dalam Indikator harga dalam Suroboyo Bus dapat berkaitan dengan harga tiket yang ditawarkan apakah sepadan dengan fitur yang ditawarkan dalam bus serta kenyamanan dalam menggunakan layanan Bus Suroboyo. Harga yang ditawarkan juga apakah dinilai terjangkau dengan beberapa kalangan yang sering menggunakan kendaraan umum

Persepsi terhadap kemudahan penggunaan teknologi dapat diartikan sebagai sejauh mana persepsi individu memandang betapa mudahnya suatu teknologi digunakan dan dipahami. Apabila seseorang menganggap teknologi itu bermanfaat, maka ia akan menyikapi positif teknologi tersebut dan cenderung menggunakannya. Namun jika individu mengira teknologi tersebut kurang berguna, maka kemungkinan besar ia tidak akan menggunakan teknologi tersebut. (Istiarni dan Hadiprajitno, 2014).

Menurut definisi oleh Davis (1993) yang dikutip dalam Sumarwan dan Tjiptono (2018), Perceived Ease of Use adalah kondisi di mana seorang individu percaya bahwa penggunaan teknologi tidak perlu usaha fisik dan mental yang berlebihan. Dalam kata lain, sejauh individu percaya bahwa menggunakan teknologi tersebut tidak terlalu menghabiskan waktu serta biaya.

Menurut Jogiyanto (2009), Persepsi Kemudahan diartikan sebagai sejauh mana individu percaya bahwa penggunaan teknologi akan mudah dilakukan tanpa memerlukan usaha yang berlebihan. Dari definisi ini, kita dapat menyimpulkan bahwa persepsi kemudahan adalah mengenai bagaimana seseorang melihat tingkat kemudahan dalam mengambil keputusan untuk menggunakan suatu teknologi. Jika individu merasa bahwa penyajian informasi itu sederhana dan mudah digunakan, maka dia lebih cenderung untuk menggunakannya. Davis (1989) seperti yang dijelaskan dalam Saraswati (2021:16), mengidentifikasi beberapa indikator kemudahan penggunaan teknologi, termasuk Easy to Learn (mudah dipelajari penggunaannya), Controllable (dapat dijalankan dengan mudah), Clear and Understandable (jelas dan mudah dimengerti), Flexible (fleksibel), Easy to Become Skillful (mudah menjadi terampil dalam penggunaannya), dan Easy to Use (mudah digunakan). Dengan kata lain, persepsi kemudahan penggunaan teknologi sangat penting karena dapat memengaruhi keputusan individu dalam menggunakan teknologi tersebut. Semakin seseorang percaya bahwa teknologi itu mudah digunakan, semakin besar kemungkinan dia akan mengadopsinya. Dalam perspektif kemudahan layanan jasa Suroboyo Bus berkaitan dengan penggunaan aplikasi Gobis Suroboyo Bus terkait dengan seberapa mudah dan dapat dipahami penggunaan akses yang disediakan oleh aplikasi

Gobis Suroboyo Bus untuk penggunaannya yang berisikan informasi tentang rute Suroboyo Bus, tracking perjalanan Suroboyo Bus, halte tempat penukaran botol sebagai pembayaran alternatif, serta informasi tentang tempat wisata yang ada di Surabaya.

Menurut Fandy Tjiptono (Satriadi & Soesanto, 2016), daya tarik suatu produk adalah semua yang ditawarkan, dicari, dibeli, dan dikonsumsi pasar yang dapat memuaskan permintaan pasar. Terlihat bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan kemudahan yang diberikan Suroboyo Bus mampu menarik konsumen untuk menggunakan layanan Suroboyo Bus

Machfoedz (2013:44) menyatakan bahwa keputusan penggunaan suatu jasa adalah pengevaluasian serta pemilihan dari beberapa opsi berdasarkan manfaat tertentu dan menentukan pilihan yang terbaik. Dengan aspek kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, serta kemudahan yang menghasilkan daya Tarik produk Suroboyo Bus. Daya Tarik Suroboyo Bus akan menjadi factor yang dapat membuat konsumen untuk setia menggunakan Suroboyo Bus ini atau hanya cukup satu kali memakai layanan jasa Suroboyo Bus.

Dari apa yang sudah dipaparkan diatas, peneliti berkeinginan melakukan penelitian lebih jauh pada pengguna layanan jasa Suroboyo Bus yang berada di Surabaya, maka penulis mengangkat judul “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kemudahan, dan Harga terhadap Daya Tarik Produk dan Dampaknya Pada Keputusan Penggunaan (Studi Kasus pada Pengguna Jasa Transportasi Publik Suroboyo Bus)”. Responden pada penelitian ini mencakup pengguna Suroboyo Bus pada rentang umur 17 – 45 tahun yang terdapat di Kota Surabaya. Alasan peneliti memilih wilayah responden tersebut karena menurut hasil observasi peneliti, terdapat kemacetan yang terjadi di

beberapa rute yang dilalui oleh kendaraan Suroboyo Bus, namun jumlah penumpang pada Suroboyo Bus masih terbilang sedikit, khususnya pada jam berangkat kerja (pukul 07:00 – 09:00). Hal ini mendorong peneliti untuk meneliti apakah faktor yang ditawarkan oleh layanan jasa Suroboyo Bus seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, kemudahan penggunaan, berpengaruh terhadap daya tarik produk Suroboyo Bus sehingga dapat membuat masyarakat Surabaya memutuskan untuk menggunakan layanan jasa Suroboyo Bus.

1.2. Rumusan Masalah

Dengan latar belakang yang sudah dipaparkan di atas, peneliti merumuskan beberapa masalah yang terdapat pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah kualitas berpengaruh terhadap daya tarik produk?
2. Apakah kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap daya tarik produk?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap daya tarik produk?
4. Apakah daya tarik produk berpengaruh terhadap keputusan penggunaan?
5. Apakah kualitas berpengaruh langsung terhadap keputusan penggunaan?
6. Apakah kemudahan penggunaan berpengaruh langsung terhadap keputusan penggunaan?
7. Apakah harga berpengaruh langsung terhadap keputusan penggunaan?
8. Apakah kualitas berpengaruh keputusan penggunaan melalui daya tarik produk?
9. Apakah kemudahan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan melalui daya tarik produk?

10. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan penggunaan melalui daya tarik produk?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Menganalisa hubungan antara kualitas dengan daya tarik produk
2. Menganalisa hubungan antara kemudahan penggunaan dengan daya tarik produk
3. Menganalisa hubungan antara harga dengan daya tarik produk
4. Menganalisa hubungan antara Daya Tarik Produk dengan Keputusan Penggunaan
5. Menganalisa hubungan langsung antara Kualitas dengan Keputusan Penggunaan
6. Menganalisa hubungan langsung antara Kemudahan Penggunaan dengan Keputusan Penggunaan
7. Menganalisa hubungan langsung antara Harga dengan Keputusan Penggunaan
8. Menganalisa hubungan antara Kualitas dengan keputusan penggunaan melalui Daya Tarik Produk
9. Menganalisa hubungan antara kemudahan penggunaan dengan keputusan penggunaan melalui daya Tarik produk
10. Menganalisa hubungan antara harga dengan keputusan penggunaan melalui daya Tarik produk

1.4. Manfaat Penelitian

- 1) Sebagai saran dan masukan untuk Dinas Perhubungan Pemerintah Kota Surabaya agar Suroboyo Bus serta transportasi publik lainnya menjadi lebih baik sehingga

peminat Suroboyo Bus meningkat dan kemacetan yang terjadi di Kota Surabaya dapat berkurang

- 2) Sebagai media informasi bagi penelitian selanjutnya yang menggunakan instrument, variabel, atau objek penelitian yang sama