

**PENGARUH HARGA, FASILITAS, DAN CITRA PERUSAHAAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET BUS KELAS EKSEKUTIF  
PADA PO. ROSALIA INDAH CABANG PONOROGO**



Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagai syarat-syarat  
guna memperoleh gelar sarjana program strata satu (S1)

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Nunung Islamiati  
NIM : 10412520  
Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO  
2013

**HALAMAN PENGESAHAN**

Judul : PENGARUH HARGA, FASILITAS DAN CITRA PERUSAHAAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET BUS KELAS  
EKSEKUTIF PADA PO. ROSALIA INDAH CABANG  
PONOROGO

Nama : Nunung Islamiati

NIM : 10412520

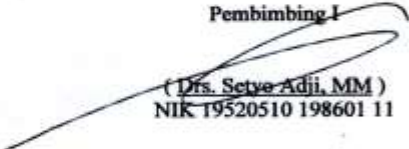
Program Studi : Manajemen


Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat  
Untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Starta Satu(S-1) Program  
Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 28 Januari 2014

Pembimbing I

Pembimbing II


  
(Drs. Setyo Adji, MM)  
NIK 19520510 198601 11

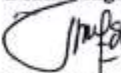
  
(Edi Santoso, SE, MM)  
NIK 19740311 200103 12

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi

  
(Titi Rapini, SE, MM)  
NIK 19630505 199001 11

Dosen Penguji

  
(Drs. Setyo Adji, MM)  
NIK 19520510 198601 11

  
(Dra. Umi Farida, MM)  
NIK 19610110 199112 13

  
(Suijanto, SE, MM)  
NIK 19560616 198909 12



## RINGKASAN

Harga yang terjangkau didukung dengan fasilitas yang memadai dan citra perusahaan yang baik dalam perusahaan jasa transportasi khususnya akan mempengaruhi keputusan pembelian. Beberapa faktor yang diperhatikan Rosalia Indah untuk memberikan kepuasan karena telah membeli jasanya adalah faktor harga, fasilitas dan citra perusahaan yang baik. Sehingga mampu menarik minat masyarakat yang akan bepergian untuk membeli tiket dan menggunakan jasa Rosalia Indah.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : (1) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Harga, fasilitas dan citra perusahaan terhadap keputusan pembelian tiket pada PO. Rosalia Indah cabang Ponorogo. (2) Faktor manakah yang paling dominan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian tiket pada PO. Rosalia Indah cabang Ponorogo. kemudian tujuan dari penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui besarnya pengaruh harga, fasilitas dan citra perusahaan terhadap keputusan pembelian tiket pada PO. Rosalia Indah cabang Ponorogo . (2) Untuk mengetahui variabel yang paling dominan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian tiket bus PO. Rosalia Indah cabang Ponorogo.

Hasil persamaan regresi linier bergandanya setelah diolah menggunakan SPSS 16.0 adalah  $Y = 1,556 - 0,065X_1 + 0,672X_2 + 0,278X_3$  maksud dari persamaan tersebut adalah (a) pada saat variabel harga, fasilitas dan citra perusahaan tidak ada atau dalam keadaan konstan maka keputusan pembelian sebesar 1,556. (b) pada saat variabel harga naik satu satuan maka keputusan pembelian akan turun sebesar -0,065. (c) pada saat variabel fasilitas naik satu satuan maka keputusan pembelian naik sebesar

0,672. (d) pada saat variabel citra perusahaan naik satu satuan maka keputusan pembelian akan naik sebesar 0,278.

Hasil analisis koefisien determinasi menunjukkan nilai *adjusted R square* pada tabel model summary adalah 0,650 yang berarti 65 % keputusan pembelian di pengaruhi oleh variabel harga, fasilitas dan citra perusahaan sedangkan sisanya 35 % dipengaruhi variabel lainnya.

Hasil dari pengujian hipotesis menggunakan uji parsial “t” diketahui variabel fasilitas dan citra perusahaan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian tiket pada PO. Rosalia Indah cabang Ponorogo , ini dibuktikan dengan nilai t hitung  $>$  t tabel sedangkan untuk variabel harga berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan karena nilai t hitung  $<$  t tabel. Hasil dari uji serempak “F” di dapat nilai sebesar 28,249 dan F tabel sebesar 8,59 sehingga F hitung  $>$  F tabel yang berarti variabel harga, fasilitas dan citra perusahaan berpengaruh secara serempak terhadap keputusan pembelian.

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas limpahan rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGARUH HARGA, FASILITAS, DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET BUS KELAS EKSEKUTIF PADA ROSALIA INDAH CABANG PONOROGO” yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan studi program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Penulis menyadari bahwa dalam terselesainya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, bimbingan, dan saran dari berbagai pihak. Maka dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dalam kesempatan ini, yang ditujukan kepada :

1. Ibu Titi Rapini, S.E, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Bapak Drs. Setyo Adji, S.E, M.M. selaku dosen pembimbing I atas segala arahan dan bimbingannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.
3. Bapak Edi Santoso, S.E, M.M. selaku dosen pembimbing II atas segala arahan dan bimbingannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.

4. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama penulis duduk di bangku kuliah.
5. Kedua orang tua, Bapak dan Ibu yang saya hormati dan sayangi, yang telah membesarkan saya, merawat saya, dan telah memberikan segalanya yang terbaik untuk saya, serta doanya yang selalu tercurahkan.
6. Pihak Rosalia Indah Cabang Ponorogo yang telah memberikan ijin penelitian dan sekaligus banyak membantu kegiatan dalam penelitian ini.
7. Semua pihak yang tidak bisa saya sebut satu persatu, yang banyak memberikan bantuan dalam bentuk moril maupun materil sampai selesainya penulisan skripsi ini.

Dengan rendah hati penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan pengetahuan yang penulis peroleh sampai saat ini. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun guna terciptanya kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Ponorogo, 10 Desember 2013

Penulis

(NUNUNG ISLAMIATI)

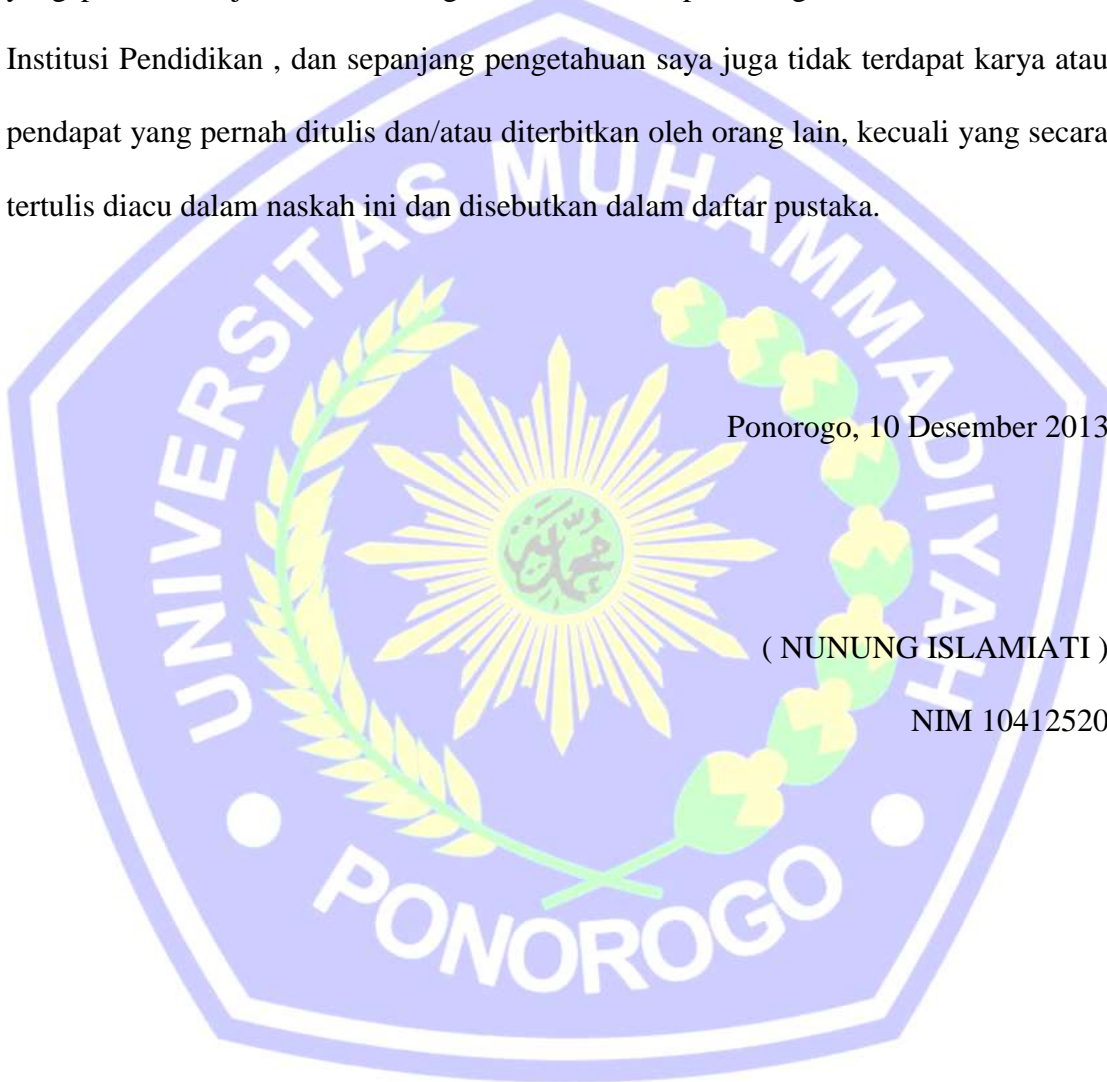
## **PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN**

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah di ajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan , dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 10 Desember 2013

( NUNUNG ISLAMIATI )

NIM 10412520





## MOTTO

- Bukanlah hidup kalau tidak ada masalah, bukanlah sukses kalau tidak melalui rintangan, bukanlah menang kalau tidak dengan pertarungan, bukanlah lulus kalau tidak ada ujian, dan bukanlah berhasil kalau tidak berusaha.
- If you want something you've never had, you must be willing to do something you've never done. Success is a journey, not a destination.



## LEMBAR PERSEMBAHAN

Yang utama dari segalanya.....

Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT. Cinta dan kasih sayang-Mu telah memberikanku kekuatan, membekaliku dengan Ilmu serta memperkanalkanku dengan cinta. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan. Sholawat serta salam selalu terlimpahkan kepada junjungan kita Rasulullah Muhammad SAW.

Kupersembahkan karya sederhana ini kepada orang yang sangat kukasihi dan kusayangi.

### 1. Ibu dan Ayah tercinta

Sebagai tanda terima kasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada ibu dan ayah yang telah memberikan kasih sayang, segala dukungan, dan cinta kasih yang tiada terhingga yang tidak mungkin dapat kubalas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata persembahan ini. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat ayah dan ibu bahagia, karena ku sadar selama ini belum bias berbuat lebih untuk membahagiakan kedua orangtuaku. Untuk ayah dan ibu yang selalu memberiku kasih sayang, menasehati, memotivasi dan selalu mendoakanku, terima kasih Ibu.....  
Terima kasih Ayah.....

### 2. Buat tunanganku “Rizkian Aji”

Sebagai tanda cinta kasihku, ku persembahkan karya kecil ini untukmu. Terima kasih atas kasih sayang, perhatian, nasehat, bantuan serta kesabaranmu

yang telah memberikanku semangat dan inspirasi dalam menyelesaikan tugas akhir ini, semoga engkau pilihan terbaik buatku dan masa depanku. Terima kasih.....

3. My sister

Untuk adik ku terima kasih atas doa dan bantuannya selama ini, hanya karya kecil ini yang dapat aku persembahkan. Maaf belum bisa menjadi panutan seutuhnya, tapi aku akan menjadi yang terbaik untuk kalian semua...

4. Untuk semua keluarga besarku terima kasih atas semua dukungan yang kalian berikan sehingga saya dapat menyelesaikan karya ini.

5. Dosen pembimbing tugas akhirku

Bapak Setyo Adji dan Bapak Edi Santoso selaku dosen pembimbing tugas akhir saya, terima kasih banyak pak, saya sudah dibantu selama ini, sudah diberi nasehat, sudah diajari, saya tidak akan lupa atas bantuan dan kesabaran dari bapak.

6. Terimakasih kepada bapak/ibu dosen fakultas ekonomi yang sudah mendidik dan memberikan ilmunya.

7. My Best Friends

Buat sahabatku “Rohma Maulida dan Mahmudah Sugiharti” terima kasih atas bantuan, doa, nasehat, hiburan, dan semangat yang kalian berikan selama kuliah, aku tak akan melupakan yang telah kamu berikan selama ini. Dan buat teman-teman manajemen A angkatan 2010 terima kasih telah banyak membantu.

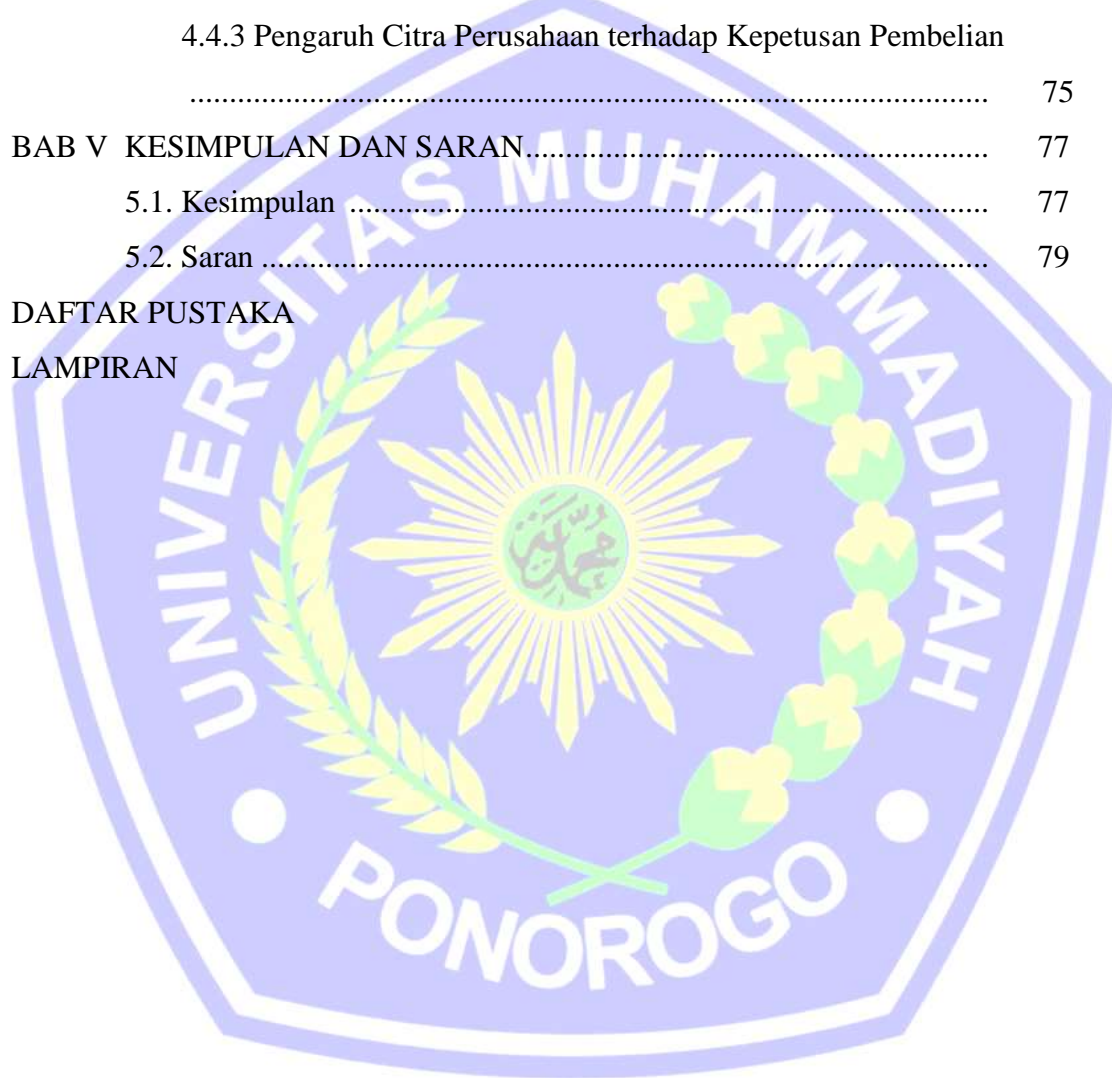


## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
RINGKASAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	v
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	7
1.3. Batasan Masalah .....	8
1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	8
1.4.1 Tujuan Penelitian .....	8
1.4.2 Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
2.1. Landasan Teori .....	11
2.1.1. Pengertian Pemasaran .....	11
2.1.2. Perilaku Konsumen .....	17
2.1.3. Keputusan Pembelian .....	19
2.2. Penelitian terdahulu.....	21
2.3 Kerangka Pemikiran.....	22
2.4 Hipotesis .....	23

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>25</b>
3.1. Ruang Lingkup Penelitian .....	25
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian .....	25
3.2.1. Populasi.....	25
3.2.2. Sampel.....	25
3.3. Metode Pengambilan Data.....	27
3.3.1. Kuisisioner .....	27
3.3.2. Jenis Data yang Diperlukan .....	27
3.4. Devinisi Operasional Variabel .....	28
3.4.1 Devinisi Operasional.....	28
3.4.1.1. Variabel Terikat.....	28
3.4.1.2. Variabel Bebas .....	29
3.5. Metode Analisis Data.....	31
3.5.1. Analisis Kuantitatif.....	31
3.5.1.1. Uji Validitas .....	31
3.5.1.2. Uji Reliabilitas .....	32
3.5.1.3. Analisis Regresi Linier Berganda .....	32
3.5.1.4. Koefisien Determinasi .....	33
3.5.1.5. Uji “T” .....	34
3.5.1.6. Uji “F” .....	35
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>37</b>
4.1. Hasil Penelitian .....	37
4.1.1. Gambaran Umum .....	37
4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan .....	39
4.2. Hasil Penelitian .....	40
4.2.1. Deskripsi Variabel .....	44
4.3. Pembahasan.....	61
4.3.1 Analisis Uji Validitas dan Uji Reabilitas .....	61
4.3.2 Analisis Regresi Linear Berganda .....	64

4.3.3 Analisis Koefisien Determinasi .....	66
4.3.4 Pengujian Hipotesis .....	67
4.4 Pembahasan Keseluruhan .....	73
4.4.1 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	74
4.4.2 Pengaruh Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian .....	74
4.4.3 Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Keputusan Pembelian .....	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	77
5.1. Kesimpulan .....	77
5.2. Saran .....	79
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

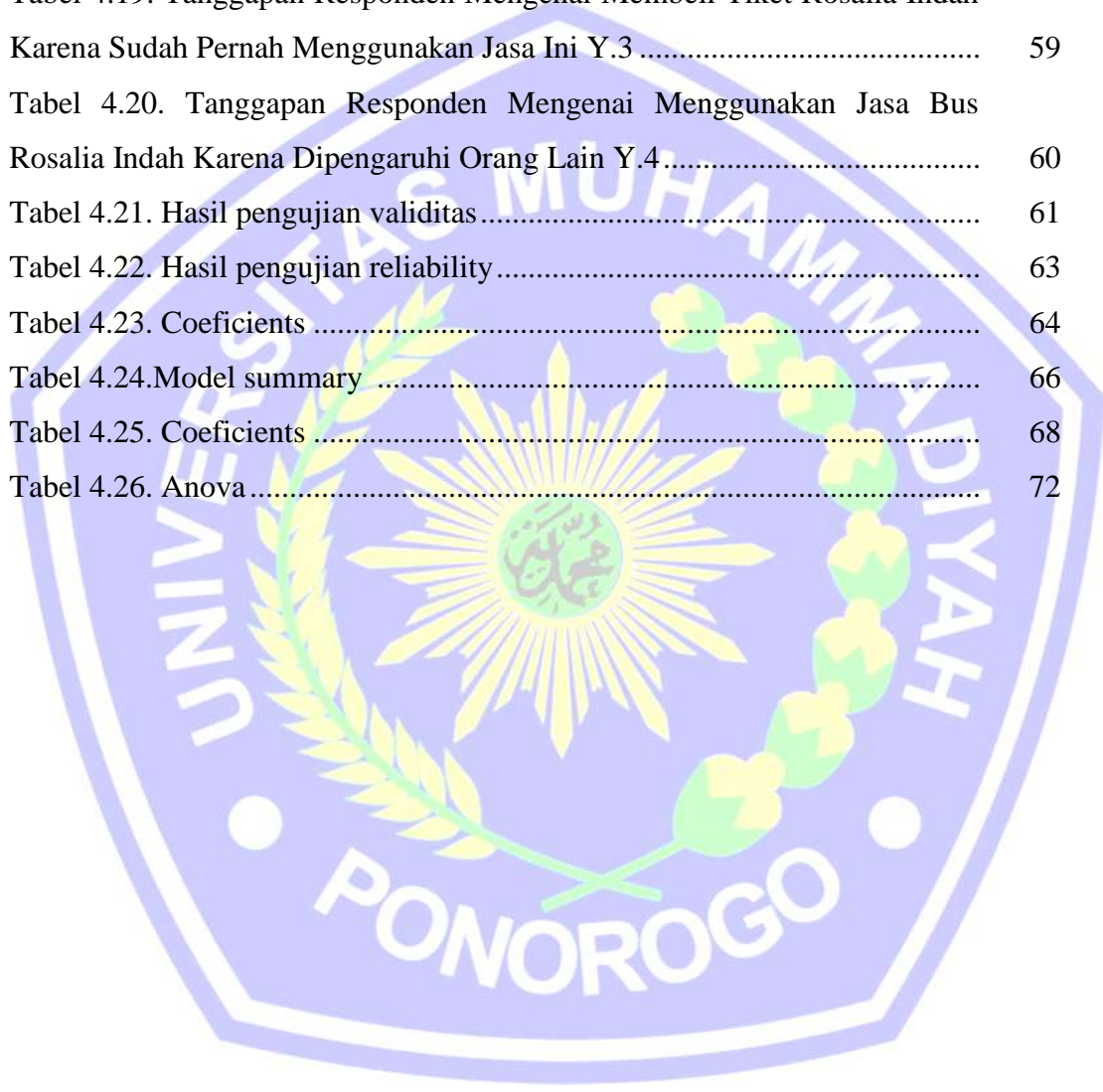


## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
Tabel 4.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	41
Tabel 4.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	42
Tabel 4.4. Diskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	44
Tabel 4.5. Tanggapan Responden Mengenai Harga Sesuai dengan Fasilitas X1.1 .....	45
Tabel 4.6. Tanggapan Responden Mengenai Harga Lebih Murah X1.2 .....	46
Tabel 4.7. Tanggapan Responden Mengenai Harga Sesuai Dengan Keinginan Konsumen X1.3.....	47
Tabel 4.8. Tanggapan Responden Mengenai Harga Sesuai Dengan Manfaat Yang Dirasakan Konsumen X1.4.....	48
Tabel 4.9. Tanggapan Responden Mengenai Tersedianya AC, TV, CD di Bus Rosalia Indah Kels Eksekutif X2.1 .....	49
Tabel 4.10. Tanggapan Responden Mengenai Tersedianya Fasilitas Selimut dan Tempat Duduk Yang Nyaman X2.2.....	50
Tabel 4.11. Tanggapan Responden Mengenai Menu Makan Yang Disediakan di Restoran Berbagai-bagai X2.3 .....	51
Tabel 4.12. Tanggapan Responden Mengenai Tersedianya Toilet Yang Bersih dan Nyaman Didalam Bus Maupun Ditempat Istirahat X2.4.....	52
Tabel 4.13. Tanggapan Responden Mengenai Rosalia Indah adalah Perusahaan Yang Sudah Lama Dikenal Masyarakat .....	53
Tabel 4.14. Tanggapan Responden Mengenai PO. Rosalia Indah Memiliki Citra Yang Baik Di Masyarakat X3.2.....	54
Tabel 4.15. Tanggapan Responden Mengenai Pihak Rosalia Indah Bertanggung Jawab Atas Kehilangan Barang Bagasi X3.3.....	55
Tabel 4.16. Tanggapan Responden Mengenai Rosalia Indah Dalam Menjalankan Tugasnya Tepat Waktu X3.4.....	56

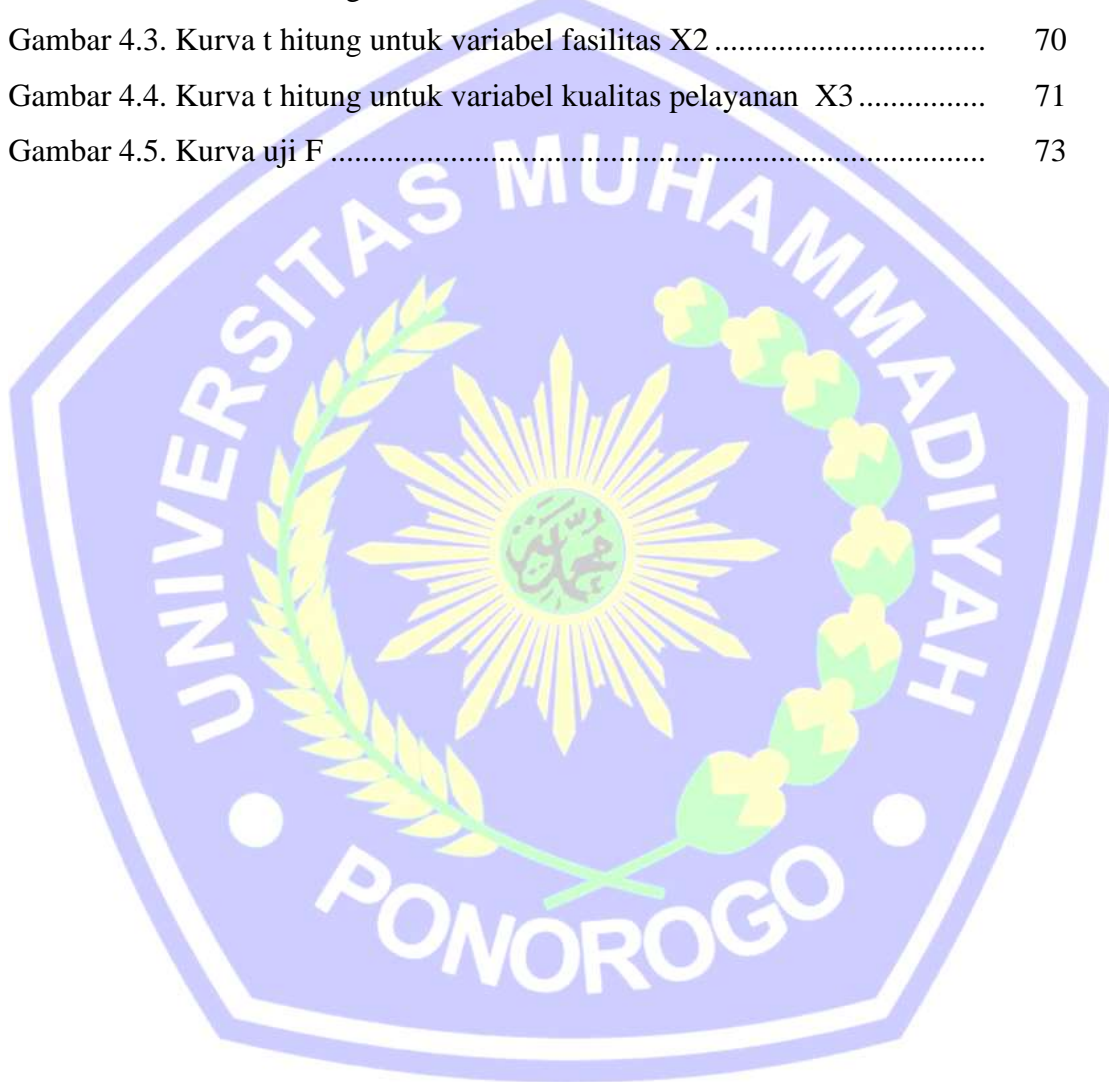


Tabel 4.17. Tanggapan Responden Yang Sudah Menetapkan Untuk Membeli Tiket Kelas Eksekutif di Rosalia Indah Y.1 .....	57
Tabel 4.18. Tanggapan Responden Mengenai Tiket Kelas Eksekutif Sesuai Dengan Keinginan Dan Kebutuhan Konsumen Y.2 .....	58
Tabel 4.19. Tanggapan Responden Mengenai Membeli Tiket Rosalia Indah Karena Sudah Pernah Menggunakan Jasa Ini Y.3 .....	59
Tabel 4.20. Tanggapan Responden Mengenai Menggunakan Jasa Bus Rosalia Indah Karena Dipengaruhi Orang Lain Y.4.....	60
Tabel 4.21. Hasil pengujian validitas.....	61
Tabel 4.22. Hasil pengujian reliability.....	63
Tabel 4.23. Coeficients .....	64
Tabel 4.24. Model summary .....	66
Tabel 4.25. Coeficients .....	68
Tabel 4.26. Anova.....	72



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Tahap-tahap pengambilan keputusan pembelian .....	19
Gambar 1.2. Kerangka Pemikiran.....	23
Gambar 4.1. Kurva t hitung untuk Variabel lokasi X1 .....	69
Gambar 4.3. Kurva t hitung untuk variabel fasilitas X2 .....	70
Gambar 4.4. Kurva t hitung untuk variabel kualitas pelayanan X3 .....	71
Gambar 4.5. Kurva uji F .....	73



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Sejalan dengan perkembangan dunia bisnis saat ini, maka semakin berkembangnya tingkat persaingan dalam pemenuhan kebutuhan manusia. Peran pemasaran semakin penting dalam suatu perusahaan, baik itu perusahaan yang menghasilkan barang maupun jasa. Pendekatan pemasaran tidak lepas dari sisi konsumen, sebab konsumen mempunyai peranan penting, dimana konsumen sebagai alat ukur dalam menentukan keberhasilan suatu barang atau jasa. Oleh sebab itu peran pemasaran bertujuan memuaskan kebutuhan manusia, dimana kebutuhan manusia akan bergerak dinamis sesuai dengan perkembangan sehingga para pemasar harus peka membaca setiap perubahan selera konsumennya.

Persaingan yang semakin ketat, menyebabkan suatu perusahaan menempatkan orientasi pada pemenuhan dan kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Dengan semakin banyaknya perusahaan yang menawarkan produk dan jasa pada konsumen, maka semakin banyak pula alternatif yang dimiliki konsumen, sehingga perusahaan selalu berusaha memenuhi kepuasan pelanggan mereka.

Para pengusaha telah menyadari bahwa pemasaran sangat penting bagi keberhasilan sebuah perusahaan, sebuah pemikiran bisnis yang benar-benar baru sebuah filsafat baru berkembang, ada tiga ketetapan pokok yang mendasari konsep pemasaran (Stanton, 1996), antara lain :

1. Semua operasi dan perencanaan perusahaan harus berorientasi kepada konsumen.
2. Sasaran perusahaan harus volume penjualan yang menghasilkan laba.
3. Semua kegiatan pemasaran di sebuah perusahaan harus dikoordinir secara *organisatoris*.

Perilaku konsumen adalah proses dan aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan. Perilaku konsumen merupakan hal – hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian.

Menurut Tjiptono (2002), harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Harga merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan.

Harga merupakan salah satu bagian yang sangat penting dalam pemasaran suatu produk karena harga adalah suatu nilai tukar dari produk barang maupun jasa yang dinyatakan dalam satuan moneter. Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang ataupun jasa.

Fasilitas adalah untuk melancarkan dan memudahkan pelaksanaan fungsi. Fasilitas merupakan komponen individual dari penawaran yang mudah ditumbuhkan atau dikurangi tanpa mengubah kualitas dan model jasa. Fasilitas juga merupakan alat untuk membedakan program suatu lembaga yang satu dari pesaing yang lainnya (Lupiyaodi, 2006 : 150 ).

Menurut Kotler citra perusahaan adalah respon konsumen pada keseluruhan penawaran yang diberikan perusahaan dan didefinisikan sebagai sejumlah kepercayaan, ide – ide, dan kesan masyarakat pada suatu organisasi. Citra perusahaan yang baik merupakan sebuah asset bagi kebanyakan perusahaan , karena citra perusahaan memiliki suatu dampak terhadap persepsi pelanggan dari komunikasi dan operasi perusahaan yang sangat menghormati pelanggan. Gronroos (1990:169) menyebutkan citra mempunyai dua fungsi :

1. Citra perusahaan merupakan komunikasi dengan berbagai harapan.

2. Citra perusahaan merupakan sebuah fungsi dari pengalaman yang paling baik sebagaimana dan berbagai harapan pelanggan.

Perkembangan alat transportasi sekarang ini semakin pesat dan bertambah maju seiring dengan perkembangan jaman. Hal ini menyebabkan semakin banyak perusahaan yang mendirikan layanan jasa ini. Semakin banyaknya perusahaan baru yang muncul dengan layanan jasa yang sejenis mengakibatkan semakin banyak jasa yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut, hal itu menyebabkan timbulnya persaingan diantara perusahaan-perusahaan tersebut untuk memenangkan pasar atau mendapatkan konsumen.

Dunia transportasi memang selalu menarik untuk diikuti, karena semakin hari armada semakin bertambah dan fasilitas yang disediakan semakin berkembang sesuai dengan kebutuhan konsumen, hal itu merupakan daya tarik untuk mempengaruhi perilaku konsumen.

Terdapat banyak layanan jasa transportasi yang terkenal di Ponorogo antara lain sebagai berikut PO Rosalia Indah, PO Harapan Jaya, Lorena, Damri dan yang lainnya.

Dengan banyaknya layanan transportasi yang ada di pasaran maka akan mendorong suatu perusahaan untuk bersaing mendapatkan calon konsumen melalui berbagai strategi, misalnya melakukan promosi, memberikan fasilitas yang nyaman, dan mengubah harga lebih murah sedikit daripada yang lain. Oleh karena itu perusahaan saling berlomba lomba untuk menarik konsumen menggunakan armada mereka.

Dengan adanya alat transportasi ini memberikan kemudahan kepada konsumen yang akan bepergian jauh, misalkan mudik lebaran, kerumah saudara jauh dan yang lainnya. Tersedianya fasilitas yang memadai seperti AC, TV, Toilet, Selimut di dalam bus akan membuat penumpang yang menggunakan armada ini semakin nyaman, selain itu juga ada jamuan makan ketika makan malam jadi para penumpang tidak perlu khawatir akan menggunakan transportasi ini.

Dalam memilih armada masyarakat selalu mempertimbangkan citra perusahaan selain masalah harga maupun fasilitas. Citra perusahaan yang bagus akan membuat calon konsumen semakin yakin dengan bus yang akan di gunakan. Calon konsumen mengetahui citra perusahaan itu bagus atau tidak biasanya dari mulut ke mulut dan para penumpang yang sudah pernah menggunakan bus pada perusahaan tersebut.

Masyarakat pada era ini memang membutuhkan alat transportasi yang sesuai kebutuhan mereka dan mempermudah perjalanan mereka, sehingga mereka tidak berpaling untuk menggunakan transportasi lain.

Bus adalah salah satu dari sekian banyak alat transportasi yang dapat melakukan fungsi diatas bagi para penggunanya. Kebutuhan akan transportasi didukung dengan harga yang terjangkau membuat konsumen lebih memilih bus sebagai alat transportasi mereka.

Pada saat ini sangat banyak masyarakat yang bepergian dengan menggunakan bus daripada kendaraan pribadi karena lebih nyaman dan tidak capek harus mengemudikan kendaraan sendiri. Hal itu terlihat dari banyaknya calon penumpang yang mengantri di ruang tunggu untuk keberangkatan mereka ke berbagai jurusan yang dituju.

Orang yang akan bepergian jauh memang menjadi pasar yang menguntungkan bagi perusahaan jasa ini. Masyarakat membutuhkan transportasi untuk keperluan mereka. Bila tidak ada bus jarak jauh yang langsung kepada tempat yang dituju maka masyarakat akan kesulitan ganti-ganti transportasi dan membuang waktu percuma di perjalanan dan tentu saja rasa capek akan terasa.

Oleh karena hal itu perusahaan transportasi sekarang menyediakan fasilitas yaitu layanan mengantarkan masyarakat ke pos pos kota yang dituju. Hal itu sangat mempermudah pengguna layanan itu.

Mengingat banyaknya orang yang bepergian ke berbagai tempat, bus akan sangat membantu untuk kelancaran perjalanan penumpang. Kalau diamati setiap hari banyak

penumpang yang mengantri untuk keberangkatan mereka dan itu terjadi pada hari-hari biasa bukan hari lebaran, hal itu menandakan bahwa semakin hari semakin banyak masyarakat yang menggunakan bus untuk alat transportasi mereka.

Masyarakat pun ketika mau menggunakan armada bus tidak langsung datang ke satu perusahaan dan langsung membeli tiket, mereka biasanya tanya-tanya dulu dari satu perusahaan ke perusahaan lain guna mendapatkan harga yang terjangkau kecuali apabila mereka sudah sering naik bus pada perusahaan itu maka mereka akan langsung menggunakannya karena sudah tahu harga dan fasilitas yang disediakan.

Selain itu terkadang suatu perusahaan tidak menyediakan bus untuk tujuan calon konsumen tersebut. Tidak semua perusahaan menyediakan semua tempat tujuan itu karena keterbatasan armada mereka.

Ada banyak fasilitas yang diberikan oleh PO Rosalia Indah khususnya bagi kelas eksekutif yang membedakan antara bus Rosalia dengan bus yang lainnya diantaranya adalah :

- a. Sebelum keberangkatan disediakan ruang tunggu yang nyaman, mungkin tidak dijumpai di tempat – tempat yang lain.
- b. Tempat istirahat makan malam di palur adalah restoran milik PO Rosalia sendiri disana tersedia berbagai macam fasilitas yang mendukung bagi perjalanan diantaranya : Mushola, toilet yang nyaman dan bersih, tempat untuk belanja oleh – oleh dll.
- c. Servis, di tempat istirahat tersebut bus Rosalia yang dikendarai juga diservis jika mungkin perlu penggantian ban, penambahan angin diban atau mungkin masalah yang lainnya sehingga tidak mengganggu perjalanan selanjutnya sehingga sampai tujuan.

System yang dipakai Rosalia pun sangat bagus karena disetiap pembelian tiket diberi nomor armada yang akan dinaiki, dengan demikian para penumpang tidak akan bingung bis

mana yang akan dinaiki, selain itu juga jika ada bus yang akan berangkat para penumpang dipanggil dengan microfon sesuai dengan nomor yang tercantum didalam tiket tersebut, sekali lagi itu akan memperjelas penumpang bahwa bus yang dinaikinya benar.

Adapun masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah masalah Harga, Fasilitas dan Citra Perusahaan. Harga yang diberikan Rosalia indah perlu disesuaikan dengan fasilitas yang ada. Terdapat fasilitas yang belum sesuai yaitu kebersihan bus dan termasuk toilet, serta ketepatan waktu pemberangkatan dan tanggung jawab perusahaan terhadap kehilangan barang.

Penelitian ini menarik karena belum banyak yang meneliti perusahaan jasa angkutan serta variable yang di ambil juga bisa dibuat pertimbangan jika nanti mau membeli tiket di Rosalia Indah.

Saya tertarik untuk meneliti di Rosalia karena selalu ada antrian setiap hari tidak seperti armada lain yang sepi penumpang.

Dari latar belakang yang dikemukakan diatas maka penulis melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga, Fasilitas, dan Citra Perusahaan terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bus ( Studi pada PO Rosalia Indah – Cabang Ponorogo ) “**.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Melihat fenomena persaingan dalam bisnis transportasi saat ini semakin tajam. Beberapa faktor seperti Harga, Fasilitas dan Citra perusahaan menjadi unsur yang penting untuk memberikan kepuasan pelanggan sehingga menciptakan kelayakan pelanggan terhadap perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas, masalah yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah **“faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada jasa tiket bus PO Rosalia Indah ?”** dari masalah tersebut dirumuskan pertanyaan- pertanyaan sebagai berikut :



1. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian tiket bus di PO Rosalia Indah jurusan Ponorogo – Jakarta kelas Eksekutif ?
2. Apakah terdapat pengaruh fasilitas terhadap keputusan pembelian tiket bus PO Rosalia Indah jurusan Ponorogo – Jakarta kelas Eksekutif ?
3. Apakah terdapat pengaruh citra perusahaan terhadap keputusan pembelian tiket bus PO Rosalia Indah jurusan Ponorogo – Jakarta kelas Eksekutif?
4. Dari ketiga variabel diatas , manakah yang paling dominan terhadap keputusan pembelian tiket bus PO Rosalia Indah jurusan Ponorogo – Jakarta kelas Eksekutif ?

### **1.3 Batasan Masalah**

Mengingat permasalahan yang ada sangatlah luas dan supaya penelitian lebih terarah maka penulis melakukan pembatasan masalah. Batasan masalahnya adalah sebagai berikut :

1. Hubungan antara harga, fasilitas, dan citra perusahaan terhadap keputusan pembelian tiket bus PT Rosalia Indah cabang Ponorogo jurusan Ponorogo – Jakarta kelas eksekutif.
2. Permasalahan yang dibahas berhubungan dengan perilaku konsumen.

### **1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian sesungguhnya untuk mengetahui mengenai jawaban yang dikehendaki dalam rumusan masalah. Tujuan dari penelitian ini adalah menguji dan menganalisis sebagai berikut:

1. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian tiket bus PO Rosalia Indah jurusan Ponorogo – Jakarta kelas eksekutif.
2. Pengaruh fasilitas terhadap keputusan pembelian tiket bus PO Rosalia Indah jurusan Ponorogo – Jakarta kelas eksekutif.

3. Pengaruh citra perusahaan terhadap keputusan pembelian tiket bus PO Rosalia Indah jurusan Ponorogo – Jakarta kelas eksekutif
4. Variabel yang paling dominan dalam pembelian tiket bus PO Rosalia Indah jurusan Ponorogo – Jakarta kelas eksekutif.

#### **1.4.2 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembacanya yang terurai sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis,
  - a. sebagai bahan informasi dan pengayaan bagi pengembangan khasanah ilmu pengetahuan khususnya manajemen pemasaran.
  - b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian- penelitian selanjutnya mengenai masalah pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian.
2. Kegunaan Praktisi,

Sebagai panduan atau rekomendasi bagi praktisi manajemen yang menjalankan bisnisnya, terutama yang berhubungan dengan objek penelitian pemasaran mengenai pengaruh Harga, Fasilitas dan Citra Perusahaan terhadap keputusan pembelian konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Astuti Maya, 2009, **Pengertian Perilaku Konsumen**.  
<http://mayaastuti2009.blogspot.com/2009/12/pengertian-perilaku-konsumen.html>, diakses 10 September 2013.
- Engel, James, dkk.1994, **Perilaku Konsumen**, BinarupaAksara, Jakarta.
- Indriyani, 2011, **analisisfaktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor honda**, dalam <http://www.google.com>, diakses 10 September 2013.
- J.Stanton, William, **Dasar – dasar Pemasaran**, Edisi ketujuh, Jakarta :Erlanggajilid ke-1, halaman 113
- Kotler, Phillip. 2005. **Manajemen Pemasaran**. Jilid 1, PT IndeksKelompokGramedia, Jakarta.
- LG, Schiffinan&Kanuk, (1994), **Consumer Behavior**. London : Prentice Hall International.
- Santoso, Slamet, 2011, **Statistika Ekonomi**. Ponorogo :Universitas Muhammadiyah Ponorogo
- SuharsiniArikunto, **Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek**, RinekaCipta, Yogyakarta, tahun 1997.
- Swastha Dharmmesta Basu & T. Hani Handoko, 2000, **Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen**, edisi pertama, BPFE – Yogyakarta, Yogyakarta.