

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN  
DALAM MEMILIH BUS SIMPATI STAR SEBAGAI JASA TRANSPORTASI  
ANTAR MEDAN-BANDA ACEH**

*Nanda Ameliany*

*Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*

*Universitas Malikussaleh  
ameliany.n@yahoo.com*

**Abstrak**

*Zaman modernisasi sekarang ini, kebutuhan akan sarana transportasi semakin berkembang dan tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat. Pentingnya peranan transportasi dalam masyarakat terlihat dari usaha-usaha yang dilakukan manusia untuk senantiasa memperbaiki dan meningkatkan sistem serta kapasitas transportasi dari dulu hingga sekarang ini. Semakin bertambah baik sistem transportasi, maka semakin bertambah baik pula tingkat mobilitas manusia itu, baik secara individual, maupun secara sosial. Transportasi mempermudah manusia melakukan mobilisasi untuk aktivitasnya. Tingginya tingkat permintaan akan sarana transportasi membuat jasa transportasi menjadi bisnis yang menjanjikan, sehingga banyak jasa transportasi bermunculan dan membuat persaingan yang ketat. Perusahaan penyedia jasa Transportasi saling bersaing untuk mendapatkan konsumen. Untuk memenangkan pasar, perusahaan tentu harus memperhatikan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan dalam menggunakan jasa mereka. Hal ini sejalan dengan pernyataan Setiadi (2003:38) yang menyatakan keputusan pembelian adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya. Seiring berkembangnya bisnis transportasi dewasa ini maka konsumen juga mempunyai banyak pilihan alternatif jasa transportasi yang akan digunakan dan konsumen akan memilih jasa transportasi sesuai dengan kebutuhan kebutuhannya. Konsumen membutuhkan jasa angkutan yang dapat memuaskan kebutuhannya, berkualitas, harga yang sesuai dengan fasilitas yang didapatkannya.*

**Kata Kunci:** *Keputusan konsumen, jasa transportasi, perusahaan transportasi.*

## A. PENDAHULUAN

Transportasi merupakan salah satu aspek penting dalam kehidupan manusia karena transportasi berkontribusi besar pada kehidupan dalam kegiatan dengan aktifitas manusia sehari-hari. Diera modern ini kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat lebih banyak dan semakin beragam jenisnya untuk menunjang berbagai aktivitas tersebut transportasi semakin erannya untuk menunjang kebutuhan kepemindahan dari suatu tempat ketempat lainnya yang dituju oleh masyarakat. Dengan demikian masyarakat dengan mudah menuju daerah-daerah yang dituju. Selain itu transportasi juga menunjukkan intensitasnya dalam bentuk pelayanan terhadap konsumen agar konsumen dapat mengambil keputusan terhadap produk atau jasa yang akan dipilih dan digunakan.. karena tanpa adanya pelayanan yang baik bagaimanapun kondisi transportasi yang disediakan maka konsumen akan beralih ke produk jasa yang lain.

“Keputusan pembeli adalah sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan yang terdiri dari pengenalan kebutuhan dan keinginan kebutuhan dalam mencari informasi, evaluasi, terhadap alternatif pengambilan keputusan dan tingkah laku setelah membeli” (Swasta dan Handoko.2015.15).

Setelah mengetahui semua tentang produk atau jasa yang akan digunakan baru terjadi keputusan pembelian oleh konsumen. Meningkatnya perusahaan sejenis berpotensi dengan berbagai produk atau jasa yang ditawarkan membuat masyarakat menentukan pilihan sesuai dengan kebutuhannya. Berkembangnya usaha keberhasilan pemasaran suatu perusahaan tidak hanya dinilai dari seberapa banyak konsumen yang berhasil di peroleh, namun bagaimana cara mempertahankan konsumen tersebut. Seiring dengan majunya

peradaban manusia dan perubahan lingkungan serta penambahan penduduk alat transportasi guna untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari.

Zaman modernisasi sekarang ini, kebutuhan akan sarana transportasi semakin berkembang dan tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat. Pentingnya peranan transportasi dalam masyarakat terlihat dari usaha-usaha yang dilakukan manusia untuk senantiasa memperbaiki dan meningkatkan sistem serta kapasitas transportasi dari dulu hingga sekarang ini. Semakin bertambah baik sistem transportasi, maka semakin bertambah baik pula tingkat mobilitas manusia itu, baik secara individual, maupun secara sosial. Transportasi mempermudah manusia melakukan mobilisasi untuk aktivitasnya. Tingginya tingkat permintaan akan sarana transportasi membuat jasa transportasi menjadi bisnis yang menjanjikan, sehingga banyak jasa transportasi bermunculan dan membuat persaingan yang ketat. Perusahaan penyedia jasa Transportasi saling bersaing untuk mendapatkan konsumen. Untuk memenangkan pasar, perusahaan tentu harus memperhatikan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan dalam menggunakan jasa mereka. Hal ini sejalan dengan pernyataan Setiadi (2003:38) yang menyatakan keputusan pembelian adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya. Seiring berkembangnya bisnis transportasi dewasa ini maka konsumen juga mempunyai banyak pilihan alternatif jasa transportasi yang akan digunakan dan konsumen akan memilih jasa transportasi sesuai dengan kebutuhan kebutuhannya. Konsumen membutuhkan jasa angkutan yang dapat memuaskan kebutuhannya, berkualitas, harga yang sesuai dengan fasilitas yang didapatkannya.

**Tabel 1.1** Top Bus Medan – Banda Aceh

No	Nama Bus	Trayek
1	Simpati Star	Medan-Banda aceh
2	Putra Pelangi	Medan-Banda aceh
3	Kurnia	Medan-Banda aceh
4	Anugrah	Medan-Banda aceh
5	PM Toh	Medan-Banda aceh

Berdasarkan Tabel 1.1 menunjukkan banyaknya jumlah perusahaan jasa transportasi Sumatera Utara yang saling bersaing untuk mendapatkan target pasarnya masing – masing. dilihat bahwa jasa transportasi. Setiap perusahaan transportasi tersebut pasti berusaha untuk selalu meningkatkan citra perusahaan dengan memperhatikan kualitas jasa yang diberikan kepada konsumen, dan persaingan bisnis transportasi terus berkembang sehingga jelas konsumen selalu meningkat. Perusahaan penyedia jasa harus memperhatikan hal - hal yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan jasa yang diberikan dan salah satunya adalah faktor harga. Harga menurut Tjiptono (dalam Tjiptono,2002:151) mendefenisikan harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa. Harga biasanya di ungkapkan dengan berbagai istilah, diantaranya iuran, tarif, sewa, bunga, premium, komisi, dan upah. Dalam menentukan harga perusahaan penyedia jasa transportasi harus memutuskan dengan benar harga yang akan dipasarkan, harga tersebut harus logis dan bisa bersaing dengan kompetitor bisnis jasa transportasi lainnya, dan harga juga harus sesuai dengan fasilitas yang didapatkan konsumen sehingga eksistensi perusahaan tersebut terjaga. Faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah kualitas jasa yang diberikan perusahaan. Hal ini sejalan dengan pernyataan Wyckof ( dalam tjiptono, 2005:260) yang mengatakan bahwa defenisi

kualitas jasa adalah tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dari defenisi tersebut, tampak bahwa didalam jasa selalu ada aspek interaksi antara pihak konsumen dan pemberi jasa, meskipun pihak- pihak yang terlibat tidak selalu menyadari. Jasa juga bukan merupakan barang, jasa adalah suatu proses atau aktivitas dan aktivitas-aktivitas tersebut tidak berwujud.

Bus Simpati Star merupakan salah satu perusahaan transportasi yang melayani jurusan perjalanan Medan-Banda Aceh. Bus Simpaty Star sebagai salah satu penyedia jasa angkutan menuju Medan-Banda Aceh sangat membantu banyak masyarakat, khususnya masyarakat Aceh yang ingin bepergian atau berpulangan atau melakukan kegiatannya di Medan, selain itu persaingan antara perusahaan otobus atau angkutan menuju Medan sangatlah kompetitif namun dengan hadirnya perusahaan *otobus* ini memberikan banyak manfaat bagi pengguna jasa transportasi tersebut. Dengan mengutamakan kualitas jasa, perusahaan ini mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan transportasi lain.

Bus Simpati Star tentu saja mengharapkan hasil yang maksimal dari jasa yang diberikan kepada konsumen, yaitu jumlah pembelian konsumen yang tinggi atau terus meningkat. Sebaliknya konsumen ingin mendapatkan manfaat yang sebanding dengan harga yang dibayarkan. Namun kenyataannya, seringkali perusahaan lalai dalam menjalankan kewajibannya yang mengakibatkan kekecewaan konsumen sehingga berpotensi mengurangi tingkat penggunaan konsumen dalam menggunakan jasa mereka. Namun kenyataannya bus simpati star tidak mengalami penurunan yang signifikan dalam jumlah penumpang. Hal ini menandakan bahwasanya simpati star mampu berkonsistensi dalam mempertahankan kualitas dan kuantitasnya agar membuat konsumen mengambil keputusan untuk memilih jasa angkutan simati star sebagai pilihannya.

## B. PEMBAHASAN

Salah satu kegiatan pokok yang dilakukan para pengusaha dalam menjalankan usaha adalah pemasaran. Dengan tujuan untuk mempertahankan kelangsungan hidup berkembang dan mendapatkan laba yang banyak. Menurut Kotlet (2004;12) “Pemasaran merupakan proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang dilakukan, diinginkan, menciptakan penawaran dan saling bertukar produk dan layanan dengan pihak lain”. Dengan adanya pemasaran yang sesuai dan tepat sasaran mampu membuat pihak simpati star merenggut konsumen agar mengambil keputusan untuk memilih simpati star sebagai alat transportasi.

Seluruh perusahaan menginginkan seluruh kegiatan yang dijalankan berjalan dan berkembang dengan baik dan mendapatkan laba yang maksimal. Langkah untuk mencapai hal tersebut diperlukan pengelolaan yang baik dalam melaksanakan seluruh kegiatan pemasaran.

Salah satu bagian penting yang dipertahankan pihak bus simpati star lainnya adalah jasa. Jasa merupakan kegiatan ekonomi yang menciptakan dan memberi manfaat bagi pelanggan pada waktu dan tempat tertentu sebagai hasil dari tindakan yang mewujudkan perubahan yang diinginkan. Seperti yang diungkapkan oleh Payne (2014;7) “Jasa merupakan suatu kegiatan yang memiliki beberapa unsur karakter wujud yang berhubungan dengan melibatkan beberapa interaksi dengan konsumen. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwasanya jasa merupakan sebuah tindakan atau perbuatan yang bersifat intangible yang ditawarkan untuk menjual kepada pihak lain.

Keberhasilan perusahaan dalam pemasaran perlu didukung pemahaman dengan baik mengenai perilaku konsumen, karena dengan memahami apa saja yang diinginkan konsumen maka dengan sangat mudah merenggut pilihan konsumen dengan tepat. Dapat

kita lihat faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusannya memilih bus simpati star, yaitu : faktor budaya, sosial, dan pribadi. Dimana setiap masyarakat mempunyai budaya dan pengaruh budaya pada tingkah laku pembelian sangat bervariasi, oleh karena pemasaran selalu mencoba menemukan pemahan budaya agar dapat mengetahui produk baru yang diinginkan. Menurut Suryani (2013;213) “Faktor budaya adalah keseluruhan pengetahuan keyakinan seni hukum moral kebiasaan dan kapabilitas lainnya serta kebiasaan yang kompleks serta dikuasai oleh individu sebagai anggota masyarakat. Perilaku konsumen juga disebabkan oleh faktor sosial seperti kelompok sosial keluarga serta peranan dan status sosial konsumen. Setiap orang umumnya berpartisipasi dalam kelompok baik yang skala besar maupun skala kecil melalui komunikasi yang secara langsung mempengaruhi sesamanya dan membentuk interaksi secara reguler. Berikutnya dapat dilihat melalui faktor pribadi dan psikologis, yang merupakan keadaan dimana seseorang mempunyai sifat untuk bisa menentukan keputusannya tanpa ada paksaan dari pihak manapun serta memiliki motivasi persepsi, dan pengetahuan yang muncul dari pihak manapun atau yang muncul melalui pengalaman orang lain.

Dengan adanya faktor-faktor tersebut maka konsumen dapat dengan mudah mengambil keputusan yang diinginkannya. Pihak bus simpati star harus dapat menarik perhatian konsumen agar mau mengambil keputusan memilih bus simpati star sebagai pilihan alternatif untuk perjalanan pergi maupun pulang dengan membuat penumpang nyaman aman dan tenang didalam perjalanannya. Serta meningkatkan jasa pelayanan serta kualitas dan kuantitas semakin bertambah.

### **C. PENUTUP**

Bus Simpati Star merupakan salah satu perusahaan transportasi yang melayani jurusan perjalanan Medan-Banda Aceh. Bus Simpaty Star sebagai salah satu penyedia jasa

angkutan menuju Medan-Banda Aceh sangat membantu banyak masyarakat, khususnya masyarakat Aceh yang ingin bepergian atau berpulangan atau melakukan kegiatannya di Medan, selain itu persaingan antara perusahaan otobus atau angkutan menuju Medan sangatlah kompetitif namun dengan hadirnya perusahaan *otobus* ini memberikan banyak manfaat bagi pengguna jasa transportasi tersebut. Dengan mengutamakan kualitas jasa, perusahaan ini mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan transportasi lain. Serta pihak bus simpati star harus dapat menarik perhatian konsumen agar mau mengambil keputusan memilih bus simpsti star sebagai pilihan alternatif untuk perjalanan pergi maupun pulang dengan membuat penumpang nyaman aman dan tenang didalam perjalanannya. Serta meningkatkan jasa pelayanan serta kualitas dan kuantitas semakin bertambah.

Dan diharapkan kepada pihak bus simpati star agar tetap menjaga nilai faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih jasa transportasi umum mana yang ingin konsumen pilih, guna menjaga kepuasan konsumen kepada pihak bus simpati star. Dengan demikian semakin meningkat faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen maka akan berpengaruh besar terhadap kepuasan konsumen dan keuntungan pihak bus simpati star semakin bertambah.