

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perilaku konsumen menjadi hal yang terpenting dan menjadi dasar dalam berperilaku, mengetahui perilaku konsumen memungkinkan pemasar yang dimaksud perusahaan dapat mengembangkan kemampuannya dalam mencapai tujuan perusahaan yang telah ditentukan, salah satunya memutuskan pembelian produk yang akan menjadi keuntungan bagi perusahaan. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi setiap konsumen yang terdiri dari faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis.

Faktor budaya menentukan keinginan dan perilaku yang mendasar serta memberikan pengaruh luas dalam pola tingkah laku konsumen berdasarkan budaya, sub budaya dan status sosial. Perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor sosial yang tersusun melalui anggota serupa yaitu kelompok, keluarga, peran dan status. Faktor pribadi di dalam setiap individu yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu umur dan tahap daur hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup dan tentunya kepribadian. Sedangkan faktor psikologis sebagai pengaruh dari lingkungan tempat tinggal serta memenuhi kebutuhan yang cukup bagi kehidupan konsumen.

Faktor-faktor pada uraian diatas mempengaruhi konsumen atas minat penawaran produk yaitu jasa yang disediakan oleh berbagai macam perusahaan yang nantinya akan berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen, salah satunya di bidang transportasi, ada dua jenis transportasi yang biasa digunakan yaitu transportasi pribadi dan umum. Penulis tertarik memilih transportasi umum sebagai bahan yang akan diteliti. Transportasi umum melayani angkutan penumpang yakni masyarakat untuk memudahkan kebutuhan masyarakat sebagai pengguna atau konsumen yang difasilitasi oleh negara, juga diharapkan mengurangi kemacetan yang mengganggu aktivitas banyak orang. Transportasi umum digunakan untuk sarana aktivitas sehari-hari bagi masyarakat, berbagai jenis transportasi umum yang disediakan oleh pemerintah baik transportasi darat, udara, maupun laut. Berupa pesawat, bus, kapal, serta kereta. Berikut contoh perusahaan di bidang transportasi yaitu, PT Angkasa Pura yang menyediakan transportasi udara, PT Pelayaran Nasional Indonesia sebagai maskapai pelayaran, PT Kereta Api Indonesia yang berfokus pada transportasi darat seperti kereta api.

Pada tahun 2018 ada dua jenis kereta api ringan, ialah LRT (*Light Rail Transit*) dan MRT (*Mass Rapid Transit*). LRT sampai saat ini telah beroperasi di dua kota di Indonesia yaitu Kota Jakarta dan Kota Palembang. LRT (*Light Rail Transit*) dan MRT (*Mass Rapid Transit*) merupakan transportasi umum terbaru yang disediakan oleh pemerintah Indonesia. Singkatan dari LRT adalah *Light Rail Transit* yang berarti transportasi umum berjenis kereta api ringan yang berada di Palembang, mulai. Sejak beroperasi bulan Agustus 2018 LRT menghubungkan Bandara Sultan Mahmud Badaruddin II menuju DJKA.

Memiliki sebanyak 13 stasiun yang tersebar di berbagai tempat di Kota Palembang. LRT (*Light Rail Transit*) Palembang ini beroperasi setiap hari dengan berbagai jadwal keberangkatan yang telah ditetapkan. Awalnya LRT dibangun sebagai alternatif transportasi umum dari Bandara Sultan Mahmud Badaruddin II ke Kompleks Olahraga Jakabaring untuk masyarakat kota Palembang.

Jumlah pengguna LRT Palembang dari Bulan 2018 hingga PT KAI, 2020 sebagai berikut:

**Tabel 1.1 Volume Angkutan Penumpang
LRT Sumatera Selatan**

Bulan	Tahun		
	2018	2019	2020
Januari	-	146.954	313.502
Februari	-	109.053	243.181
Maret	-	153.979	160.475
April	-	194.345	-

Mei	-	150.941	-
Juni	-	322.628	-
Juli	16.198	277.801	-
Agustus	248.618	220.526	-
September	176.229	211.105	-
Oktober	144.653	225.546	-
November	155.699	244.722	-
Desember	486.387	831.827	-

Sumber: PT Kereta Api Indonesia (2020)

Menurut data yang diperoleh diatas, untuk kondisi normal rata-rata pengguna LRT per bulan berjumlah 7.968 perhari, yang dihitung dari Bulan Januari-Maret tahun 2020. Sedangkan jumlah penduduk Kota Palembang tahun 2009-2018 yaitu sekitar 1.600.000 penduduk yang tercatat dari tabel Badan Pusat Statistik Kota Palembang, yang artinya hanya sekitar 0,5% penduduk Kota Palembang yang menggunakan LRT Palembang sebagai alat transportasi penunjang aktivitas sehari-hari. Namun untuk hari-hari besar seperti akhir tahun mengalami peningkatan 8,3% Ini dikarenakan penggunaan LRT Palembang meningkat sebagai sarana transportasi ketika liburan dan juga menjadi objek wisata bagi pengguna yang belum pernah mencoba menggunakan LRT Palembang.

Maka, dapat disimpulkan bahwa LRT Palembang bukan pilihan transportasi utama bagi penduduk Kota Palembang dikarenakan jumlah pengguna yang lebih kecil dibandingkan jumlah penduduk Kota Palembang. Oleh karena itu penulis ingin mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen menggunakan LRT Palembang sebagai alat transportasi.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN MENGGUNAKAN LIGHT RAIL TRANSIT (LRT) PALEMBANG”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah pengguna LRT Palembang hanya mencapai 0,5% dari total keseluruhan penduduk di Kota Palembang yang dapat berartisedikitnya minat masyarakat Palembang yang menggunakan LRT sebagai sarana transportasi, maka penulis mencari informasi mengenai alasan penggunaan LRT Palembang dengan menganalisis mengenai faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi penggunaan LRT Palembang. Oleh sebab itu, rumusan masalah pada penelitian ini, yaitu **“faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen menggunakan LRT Palembang”**.

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Penulisan laporan ini bisa terarah dan tidak menyimpang dari permasalahan yang akan dibahas, maka ruang lingkup pembahasan dalam penelitian ini dibatasi pada faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen menggunakan LRT seperti faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen menggunakan Light Rail Transit (LRT) Palembang.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, yaitu:

1. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini dapat menjadi masukan bagi perusahaan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen menggunakan Light Rail Transit (LRT) Palembang, agar dapat terus digunakan sebagai sarana transportasi umum yang diminati oleh konsumen.

2. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat menambah dan memperdalam ilmu pengetahuan penulis pada mata kuliah Manajemen Pemasaran dalam bidang ilmu Perilaku Konsumen.

3. Bagi Pihak Lain

Sebagai bahan bacaan dan referensi bagi pihak lain yang membutuhkan informasi tentang perilaku konsumen.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan penulis di PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional III Palembang yang berada di Jalan Jenderal Achmad Yani No. 541 Kelurahan 13 Ulu Kecamatan Seberang Ulu II, Palembang.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

a. Data Primer

Menurut Sugiyono (2016:225) data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.

Penulis memperoleh data melalui kuesioner.

b. Data sekunder

Menurut Sugiyono (2016: 225) data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen.

Data sekunder yang penulis peroleh melalui internet, buku, literatur, sejarah perusahaan dan struktur organisasi.

1.6 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

1.6.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2011:80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian yang dimaksud ini adalah konsumen yang menggunakan LRT Palembang yang berjumlah 7.968 orang perhari berdasarkan rata-rata jumlah pengguna dari Bulan Januari-Maret 2020.

1.6.2 Sampel

Sugiyono (2011:81) menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin yaitu sebagai berikut

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Jumlah konsumen (Populasi)

e = Batas Toleransi Kesalahan (Error) sebesar 10%

Dengan menggunakan rumus tersebut, ukuran sampel secara keseluruhan dapat dihitung sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\ n &= \frac{7.968}{1 + 7968 (10\%)^2} \\ n &= \frac{7.968}{1 + 7.968(0.01)} \\ n &= \frac{7.968}{80,68} \end{aligned}$$

$$n = 98,76$$

Dengan demikian jumlah sampel adalah 98,76 dibulatkan menjadi 100 orang konsumen yang menggunakan LRT Palembang.

1.6.3 Teknik sampling

Menurut Sugiyono (2014:116) Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel, untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik pengambilan sampel Non Probability Sampling.

Menurut Asnawi (2009:122), Non Probability Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang anggota populasinya tidak mempunyai peluang yang sama untuk menjadi anggota sampel. Teknik Non Probability Sampling penulis menggunakan metode Convenience Sampling menurut Sugiyono (2016:156), yaitu pengambilan sampel yang dilakukan secara kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel.

1.7 Teknik Pengumpulan Data

1. Riset Lapangan

Riset lapangan digunakan untuk memperoleh langsung keterangan dari para responden. Objek penelitiannya dibatasi hanya pada konsumen yang pernah menggunakan LRT Palembang yang terdapat pada 13 Stasiun yang ada di Kota Palembang. Penulis menggunakan riset lapangan dengan menyebarkan kuesioner

a. Kuesioner

Teknik pengumpulan data lapangan dengan membuat daftar pertanyaan yang berisikan sejumlah alternatif jawaban yang bersifat tertutup. Responden hanya tinggal memilih salah satu dari alternatif jawaban yang mereka anggap paling tepat dan cepat, dengan harapan mereka dapat memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut.

2. Riset Kepustakaan

Yaitu studi kepustakaan dapat diartikan sebagai sesuatu lengkap untuk memperoleh informasi dari penelitian terdahulu yang harus dikerjakan, tanpa memperdulikan apakah sebuah penelitian menggunakan data primer atau data sekunder, apakah penelitian tersebut menggunakan penelitian lapangan ataupun laboratorium dan melalui buku, jurnal di internet dan literatur yang ada hubungannya dengan penelitian.

1.8 Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini data akan diolah menggunakan analisa sebagai berikut:

1. Metode Kualitatif

Teknik analisis kualitatif digunakan untuk menjelaskan masalah yang diperoleh dari penelitian ini, analisis data kualitatif ialah bentuk analisa yang berdasarkan dari data yang dinyatakan dalam bentuk uraian.

2. Metode Kuantitatif

Analisis data kuantitatif menggunakan angka-angka melalui perhitungan dengan metode statistik, data tersebut diklasifikasikan dalam kategori tertentu menggunakan tabel tertentu untuk mempermudah menganalisis dengan menggunakan program Statistical Program for Special Science (*SPSS*) 24 Version.

1.8.1 Uji Validitas

Uji validitas data yang digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner, biasanya dilakukan uji signifikan koefisien korelasi pada taraf signifikan 0,05. Menurut Azwar dalam buku Duwi Priyatno (2010:90) Pengujian validitas data dalam penelitian ini dilakukan secara statistik, yaitu dengan menggunakan bantuan program Statistical Program for Special Science (*SPSS*) 24 Version.

1.8.2 Uji Reabilitas

Pengujian Reliabilitas dilakukan untuk mengetahui seberapa besar tingkat keabsahan data sehingga dapat menghasilkan data yang benar-benar sesuai dengan kenyataan dan dapat digunakan berkali-kali pada waktu yang berbeda, pengujian ini menggunakan uji Cronbach alpha (α) yaitu jika $\alpha > 0,60$ maka dikatakan reliabel (Ghozali, 2006: 42) Reliabilitas menunjukkan pada bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik.

1.8.3 Metode Analisis

1. Analisis Faktor

Analisis faktor yaitu metode untuk menganalisis sejumlah observasi dipandang dari segi interkorelasinya untuk menetapkan apakah variasi-variasi yang tampak dalam observasi mungkin berdasar atas sejumlah kategori dasar yang jumlahnya lebih sedikit daripada yang nampak dalam observasi (Suryabrata, 1995:274). Terdapat dua tujuan dalam analisis faktor yaitu:

- a. Mengidentifikasi adanya hubungan antara variabel-variabel dengan melakukan uji korelasi.
- b. Mereduksi data dengan membuat variabel set baru yang disebut faktor untuk menggantikan sejumlah variabel yang terbentuk. Set faktor hanya terdiri dari beberapa faktor saja dari variabel awal.

Ada empat fungsi dari penggunaan teknik analisis faktor menurut Santoso (2010:10), yaitu:

- a. Mengidentifikasi seperangkat dimensi-dimensi yang terpendam (tidak secara mudah diamati) dalam suatu kumpulan variabel-variabel yang banyak.
- b. Merancang metode-metode penggabungan atau pengelompokan sejumlah besar respon dalam kelompok-kelompok yang berbeda secara jelas dalam populasi yang besar.
- c. Mengidentifikasi variabel-variabel yang paling tepat untuk dapat di analisis lebih lanjut (regresi, korelasi atau analisis diskriminan)
- d. Membuat seperangkat variabel-variabel baru yang lebih kecil yang dapat menggantikan sebagian atau sepenuhnya seperangkat variabel-variabel asli untuk ditempatkan pada analisis lebih lanjut (regresi, korelasi, atau analisis diskriminan).

Analisis faktor ini memiliki beberapa proses seleksi variabel dalam penelitian ini yaitu:

- a. Uji *Kaiser-Meiyer-Olkin (KMO) dan Bartlette's Test*

Uji KMO dilakukan untuk mengetahui apakah faktor-faktor dalam penelitian valid atau tidak. Sedangkan Uji *Bartlett* memiliki keakuratan (singnifikasi yang tinggi), uji Barlette dapat memberikan implikasi bahwa Angka KMO harus diatas 0,5 (Imam Gozali, 2009:307) dan *Bartlette Test* dibawah 0,05

- b. *Anti Image Matrices*

Anti Image Matrices menurut Imam Ghazali (2011:304) adalah untuk melihat variabel-variabel mana yang layak untuk dibuat analisis faktor serta untuk mengetahui faktor-faktor yang dijadikan sebagai faktor analisis mempunyai korelasi yang kuat atau tidak dengan nilai lebih besar atau sama dengan (0,5). Nilai variabel yang memiliki nilai MSA paling kecil dan kurang dari (0,5) ialah variabel yang harus dikeluarkan pertama kali. Nilai MSA (*Measures of Sampling Adequency*) yang merupakan indeks dari setiap variabel untuk menjelaskan apakah variabel ada yang terkait secara parsial, berikut kriteria besarnya nilai MSA:

- 1) $MSA = 1$, item tersebut dapat diprediksi tanpa kesalahan oleh item lain.

- 2) $MSA > 0.5$, item masih bisa diprediksi dan dianalisis lebih lanjut.
- 3) $MSA < 0.5$, item tidak bisa diprediksi dan tidak bisa dianalisis lebih lanjut.

c. *Communalities*

Menurut Santoso (2012:13) *Communalities* (Komunalitas) yaitu jika semakin besar *communalities* maka semakin erat hubungan antara indikator-indikator yang diteliti dengan faktor yang terbentuk (Santoso, 2012, p. 13). *Communalities* dapat menunjukkan seberapa besarnya keragaman variabel asal, dan menjelaskan minimal 50% dari keragaman data variabel asal.

d. *Total Variance Explained Test*

Jika faktor memiliki *Eigen Value* 1 dapat dimasukkan ke dalam model, jika ada yang memiliki nilai < 1 maka faktor tidak bisa dimasukkan ke dalam model. Fungsi dari tabel ini adalah menunjukkan jumlah varian yang berasosiasi dengan masing-masing faktor.

e. *Component Matrix*

Ada dua tabel di dalamnya yang berguna untuk menjelaskan distribusi masing-masing variabel ke dalam faktor-faktor yang terbentuk. *Component Matrix* memiliki koefisien yang digunakan untuk menyatakan variabel standar yang disebut sebagai faktor. Koefisien faktor loading menyatakan adanya korelasi antara variabel asal dengan faktornya, nilai korelasi yang besar memiliki hubungan erat antara faktor dan variabel asal sehingga digunakan untuk membentuk faktor. Sedangkan *Rotated Component Matrix* ialah menunjukkan distribusi dari variabel-variabel yang telah diekstrak ke dalam faktor yang telah terbentuk setelah melakukan proses rotasi berdasarkan faktor loading. Menurut Santoso (2012:15), variabel yang memiliki *factor loadings* $< 0,5$ dianggap memiliki kontribusi yang lemah terhadap faktor yang terbentuk sehingga harus direduksi dari faktor yang dibentuknya.

2. Skala Pengukuran

Skala pengukuran menggunakan Skala Likert. Menurut Sugiyono (2010:93), Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Tabel 1.2 Skala Likert

No.	Keterangan	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Ragu-ragu	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono(2018:153)

