

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

### 1.1.1 Profil Blue Bird Group

Blue Bird merupakan sebuah transportasi asal Indonesia yang didirikan pada tahun 1972 di Jakarta. Cikal bakal perusahaan ini yaitu layanan Golden Bird, yang kemudian dikenal sebagai Chandra Taksi, sebagai sebuah perusahaan penyedia jasa sewa mobil yang khusus melayani para jurnalis asing serta pelanggan lain yang berkunjung ke Jakarta. Berdasarkan pengalaman tersebut, maka tak perlu waktu lama bagi perusahaan untuk mendapatkan ijin usaha mengelola perusahaan taksi. Bagi banyak warga Bandung dan kota-kota besar di Indonesia, Blue Bird Group bukan hanya sekedar perusahaan taksi tetapi menjadi bagian dari gaya hidup. Jika New York terkenal dengan *Yellow taksi* dan London dengan *Black Cab*, maka Bandung dengan Blue Bird armada taksi biru yang selalu menghiasi jalan-jalan kota kembang yang ramai setiap waktu ([www.bluebirdgroup.com](http://www.bluebirdgroup.com)).

Bermula dari hanya 25 taksi di tahun 1972, kini armada Blue Bird Group telah mencapai 26,000 yang tersebar di sejumlah kota besar di Indonesia. Kini layanan Blue Bird Group dapat dinikmati termasuk Jakarta dan sekitarnya, Bali, Bandung, Banten, Batam, Lombok, Manado, Medan, Pekanbaru, Palembang, Semarang, Solo, Surabaya dan Yogyakarta dan juga daerah tujuan wisata di seluruh Indonesia. Melayani lebih dari 8,5 juta penumpang setiap bulannya, Blue Bird Group telah memperluas jenis layanannya, mulai dari taksi eksekutif (*Silver bird*), layanan limousine dan penyewaan mobil (*Golden bird*), bus carter (*Big bird*), Logistik (*Iron Bird Logistic*), Industri (Restu Ibu Pusaka-Karoseri bus & Pusaka Niaga Indonesia), Properti (*Holiday Resort Lombok & Pusaka Bumi Mutiara*), Layanan Pendukung (*Hermis Consulting-IT SAP, Pusaka Integrasi Mandiri-EDC, Pusaka GPS, Pusaka Buana Utama-SPBU*) dan Alat Berat (*Pusaka Andalan Perkasa & Pusaka Bumi Transportasi*).

Sekitar bulan November 2005 bertepatan di Jl. Terusan Buah Batu 194, Bandung 40266 Blue Bird mulai menjamah kota Bandung dengan 75 armada taksi regulernya. Meskipun dengan jumlah armada yang masih sedikit, taksi ini mendapatkan pertentangan yang cukup keras dari operator-operator taksi lainnya di Bandung. Harus diakui jika reputasi dan brand image yang telah diposisikan oleh Blue

Bird Group, cukup menjadi ancaman terhadap operator taksi lainnya. Blue Bird pada saat ini meningkatkan diversifikasi produknya ke jasa angkutan non-penumpang Blue Bird dengan menyediakan jasa Truk Container, yaitu Iron Bird dan Angkutan Kontenindo Antarmoda.

Untuk kemudahan pembayaran, blue bird menyediakan metode pembayaran selain cash dengan Corporate dan Personal Credit Voucher dan EDC electronic payment untuk pembayaran melalui kartu kredit / debit mandiri dan visa dan master card, dan juga sebuah aplikasi pemesanan taksi secara mobile khusus untuk smartphone dengan platform iPhone, android, blackberry, windows phone dan nokia asha.

### **1.1.2 Logo Taksi Blue Bird Group**



**Gambar 1.1 Logo taksi Blue Bird Group**

Sumber: [www.bluebirdgroup.com](http://www.bluebirdgroup.com)

Perusahaan Blue bird memiliki Filosofi dan sejarah yang menciptakan nilai atau karakteristik dari perusahaan itu sendiri. Dikutip melalui Wikipedia, diakses pada hari minggu 30 September 2017 dimana Blue Bird terinspirasi dari dongeng di Eropa tentang harapan dan doa seorang gadis untuk mendapatkan kebahagiaan yang akhirnya terkabul berkat kebaikan seekor burung biru, Blue Bird pun lahir lebih dari sekadar jawaban sebuah doa dan harapan. Ia kini telah berkembang menjadi sebuah perusahaan transportasi terdepan, memenuhi harapan dan cita-cita bukan hanya bagi pendirinya yaitu, almarhumah Ny.Mutiara Djokosoetono dan anaknya Chandra Suharto dan Purnomo Prawiro, tetapi juga bagi ribuan karyawan.

Dikutip melalui buku perjalanan inspiratif Blue Bird Group, Lambang burung biru dianggap sebagai pencetak gagasan juangnya yang berarti berjuang dengan prinsip yang teguh dan sabar.

Sementara pemakaian warna biru sebagai nuansa logo taksi perusahaan yang memiliki nilai sebagai warna yang jernih, sejuk, dan mencerminkan energi. Secara khusus jenis warna biru tersebut dianggap pas untuk perusahaan. Tidak terlalu tua dan tidak terlalu muda. Maka, dipilihlah jenis warna *first blue*, warna yang sengaja dibuat khusus untuk Blue Bird. Blue Bird kini telah berkembang menjadi sebuah perusahaan transportasi ternama.

### **1.1.3 Layanan Pemesanan Taksi Blue Bird**

Beberapa jenis pelayanan (service) pemesanan taksi yang disediakan Blue Bird, antara lain:

#### **1. Pemesanan Taksi Melalui Telepon**

Blue Bird merupakan perusahaan taksi pertama yang menggunakan sistem radio dan Global Positioning System (GPS) serta Mobile Data Terminal (MDT) pada tiap taksinya. Dengan teknologi ini, maka akan mempercepat dan mempermudah setiap pemesanan yang dilakukan melalui telepon. Karena setiap data penumpang langsung otomatis tertera pada layar MDT tiap taksi. Oleh karena itu, taksi yang terdekat dengan daerah pemesanlah, yang akan menjemput penumpang, sehingga pemesan tidak perlu menunggu lama.

#### **2. Taksi *Mobile Reservation***

Blue bird juga perusahaan taksi pertama yang menggunakan sistem *mobile application*. Jadi kita tinggal mengunduh aplikasi Blue bird group taksi *mobile reservation* melalui smartphone yang kita miliki seperti Blackberry, Iphone, Android, Windows Phone, Nokia Asha. Langkah awal yang harus dilakukan untuk mendapatkan aplikasi ini, para pelanggan bisa tinggal mendownload secara gratis di [appsworld.blackberry.com/webstore/content/41455](http://appsworld.blackberry.com/webstore/content/41455) dan android market. Sedangkan untuk pengguna iPhone, aplikasi tersebut sudah tersedia di AppStore Apple.com, websitenya adalah [www.bluebirdgroup.com](http://www.bluebirdgroup.com), serta jaringan sosial media seperti facebook blue bird group dan twitter @bluebirdgroup. Dengan layanan ini, pelanggan akan mendapatkan konfirmasi langsung nomor taksinya dan melihat posisi taksinya di peta. Layanan ini dapat dinikmati baik dengan memanfaatkan perangkat *Global*

*Positioning System* (GPS) yang umumnya telah dibenamkan dalam perangkat Blackberry, maupun dengan memanfaatkan lokasi pemancar GSM terdekat. Tetapi untuk sekarang aplikasi ini hanya dapat digunakan khusus pelanggan di Jabodetabek, Medan dan Semarang.

### 3. Layanan Pemesanan Komputerisasi

Setiap penumpang yang memesan melalui telepon, akan secara otomatis data-datanya (nomor telepon, alamat rumah, dan lain-lain) akan tersimpan dalam data base komputer. Kode taksi yang dipesan pun akan terekam, sehingga memudahkan bagi operator untuk melacak keberadaan taksi apabila terjadi ketinggalan barang.

### 4. Alarm Keamanan

Semua taksi Grup Blue Bird memiliki alat keamanan tersembunyi yang jika diaktifkan akan memungkinkan petugas radio mendengar dan mencatat percakapan antara pengemudi dan penumpang menggunakan frekuensi radio khusus. Hal ini memberi perlindungan baik untuk penumpang maupun untuk pengemudi.

## **1.1.4 Layanan Taksi Blue Bird**

Beberapa jenis pelayanan (service) taksi yang disediakan Blue Bird, antara lain:

#### 1. Pengemudi Terpercaya

Dibelakang kemudi setiap Blue Bird duduk seorang pengemudi yang kompeten, terlatih baik dan berkomitmen memberi perjalanan yang aman dan nyaman

#### 2. Layanan GPS 24 jam

Semua armada telah dilengkapi perangkat GPS sehingga keberadaan armada termonitor setiap saat.

#### 3. Armada yang terawat baik

Dukungan operasional bagi setiap armada dilakukan melalui penempatan bengkel di setiap pool Blue Bird Group di lokasi yang strategis. Penggantian kendaraan dan layanan mobil derek juga tersedia setiap saat.

#### 4. Layanan pengembalian barang yang tertinggal

Setiap barang bawaan yang tertinggal di dalam taksi akan dilaporkan dan terdaftar dalam database yang dapat diakses dari seluruh jaringan Blue Bird Group. Hal ini memungkinkan Blue Bird Group untuk melacak barang yang tertinggal.

1. Mudah didapat dan mudah dalam pembayarannya

Blue Bird menawarkan sistem pembayaran yang mudah dengan *credit voucher* sebagai alternatif pembayaran tunai, baik untuk pelanggan pribadi maupun perusahaan.

### **1.1.5 Visi dan Misi Blue Bird Group**

Visi : Menjadi Perusahaan yang mampu bertahan dan mengedepankan kualitas untuk memastikan kesejahteraan yang berkelanjutan bagi para *stakeholder*

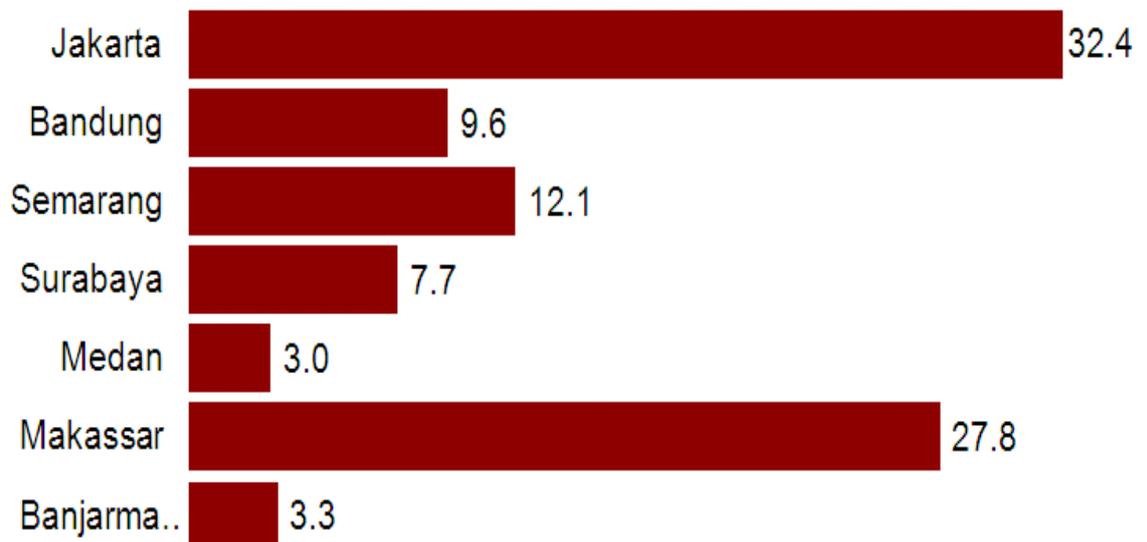
Misi : Tujuan kita adalah tercapainya kepuasan pelanggan, dan mengembangkan serta mempertahankan diri sebagai pemimpin pasar di setiap kategori yang kita masuki. Dalam transportasi darat, kita menyediakan layanan yang handal, dan berkualitas tinggi dengan penggunaan sumber daya yang efisien dan kita melakukannya sebagai satu tim yang utuh.

## **1.2 Latar Belakang Penelitian**

Di era modern sekarang ini banyak hal yang cepat berubah dan berkembang seiring perkembangan zaman dan teknologi salah satunya adalah transportasi. Transportasi digunakan setiap masyarakat untuk memudahkan aktivitas manusia dalam kehidupan sehari-hari, menunjang perkembangan pembangunan pada suatu daerah dan untuk menunjang perkembangan ekonomi dengan jasa angkutan. Banyak jenis jasa transportasi yang ditawarkan kepada masyarakat baik itu roda dua maupun roda empat yang tak dapat dipisahkan dalam keseharian masyarakat. Semakin banyak jenis jasa transportasi dan berbagai macam merek yang ditawarkan, membuat konsumen sebagai pengambil keputusan menjadi lebih selektif dalam proses pengambilan keputusannya, Perusahaan pun harus melakukan usaha-usaha dalam menarik konsumen agar membeli dan menggunakan jasanya.

Transportasi berkembang dari tahun ke tahun yang menyebabkan banyaknya perubahan pemasaran transportasi yang bervariasi dimulai dari pemasaran konvensional hingga yang berbasis *online*. Saat ini, sudah banyak transportasi yang menawarkan jasa yang memudahkan masyarakat menentukan keputusan penggunaan jasa angkutan perjalanan. Mobilitas tinggi menyebabkan kebutuhan akan kendaraan roda empat dan sejenisnya meningkat dari tahun ke tahun. Banyaknya kebutuhan menyebabkan semakin berkembangnya dunia bisnis di sektor jasa transportasi.

Taksi sebagai kebutuhan sehari - hari tidak dapat dipisahkan dari kebutuhan masyarakat. Berikut daftar pengguna taksi di Indonesia pada 7 tahun terakhir.



**Gambar 1.2 Tujuh kota besar pengguna taksi di Indonesia**

Sumber: <http://newsletter.marsindonesia.com> diakses pada tanggal 17 September 2017

Pada tahun 2012, Jakarta memiliki persentase pengguna taksi terbesar di Indonesia sebesar 32,4%. Kemudian disusul Makassar dengan 27,8%, Semarang dengan 12,1%, serta Bandung 9,6%. Sisanya berada di daerah Surabaya, Medan dan Banjarmasin. (Sumber: <http://newsletter.marsindonesia.com> diakses pada tanggal 17 September 2017). Taksi di Indonesia berlomba – lomba menawarkan jasa yang terbaik agar banyak pelanggan yang menggunakan jasa mereka.

Seiring perkembangan pola pikir dan kecanggihan teknologi, transportasi juga mengalami perubahan dimana saat ini banyak transportasi *online* yang tersebar di Indonesia dan sudah menjadi jasa angkutan masyarakat sehari-hari. Faktanya menurut data di artikel Liputan6.com fenomena keberadaan transportasi *online* berbasis aplikasi memukul bisnis angkutan darat konvensional. Akibatnya, sepanjang tahun ini bisnis angkutan tersebut anjlok bahkan hingga gulung tikar. Menurut pengamat transportasi Darmaningtyas, ada setidaknya lima perbedaan yang bisa ditemui dari kedua model transportasi tersebut. Perbedaan tersebut disebabkan oleh tarif yang harus dibayar konsumen, pelayanan dan keamanan, penggunaan teknologi dan aplikasi,

tampilan kendaraan, dan investasi dan keuangan. Perbedaan tersebut mempengaruhi keputusan konsumen dalam penggunaan jasa taksi, baik itu *online* atau konvensional. Perbedaan tersebut mempengaruhi konsumen sebagai pengambil keputusan untuk menggunakan jasa transportasi *online* menjadi lebih meningkat. Perusahaan semakin pintar dalam memasarkan jasa dan pelayanan terbaik agar dapat memperoleh kepercayaan konsumen untuk menggunakan jasa mereka.

Salah satu perusahaan jasa transportasi yang ada di kota Bandung adalah PT. Blue bird group. PT. Blue bird group merupakan perusahaan yang bisnis utamanya bergerak di bidang jasa transportasi. Layanan Blue Bird disampaikan dalam beberapa segmen pasar yaitu pada segmen eksekutif, menyediakan *Silver Bird* dengan armadanya yang berwarna hitam. Taksi *Silver Bird* memberikan 3 keistimewaan utama, yaitu *comfort, convenience, dan safety*. Yang terakhir untuk segmen transportasi penumpang, yaitu kategori *limousine* yang dikenal dengan nama *Golden Bird*. Bukan hanya itu saja, Blue Bird juga menyediakan sarana angkutan masal berupa *charter bus*, yaitu *Big Bird*.

Perusahaan ini melayani jasa pariwisata dan transportasi. Cabang Blue Bird Group di Indonesia ialah Jakarta, Bekasi, Bandung, Surabaya, Cilegon, Semarang, Manado, Makassar, Denpasar, Mataram, Medan, Pekanbaru, Batam, Palembang, dan Padang.

(Sumber : <http://www.bluebirdgroup.com>, diakses pada tanggal 17 September 2017)

Berikut adalah jumlah armada taksi Blue Bird dan taksi lainnya di kota Bandung berdasarkan buku perhubungan Barat dalam angka tahun 2012-2014 yang diterbitkan oleh Direktorat Jenderal Perhubungan Darat Kementerian Perhubungan Republik Indonesia :

**Tabel** 8.1.3 **JUMLAH ARMADA TAKSI DI KOTA BANDUNG MENURUT KEADAAN TAHUN 2013\*)**  
**Table** *TAXI FLEET IN BANDUNG CITY 2013\*)*

NO	PERUSAHAAN ARMADA TAKSI	SUMBER IZIN	JUMLAH IZIN	JUMLAH REALISASI
(1)	(2)		(3)	(4)
1.	Gemah Ripah	Kota Bandung	472	472
2.	Kota Kembang	Kota Bandung	261	261
3.	Primkopau	Kota Bandung	136	136
4.	Blue Bird	Kota Bandung	211	211
5.	Putra	Kota Bandung	255	255
6.	Cipaganti	Kota Bandung	103	103
7.	Rina Rini	Kota Bandung	102	102
8.	AA	Kota Bandung	300	156
9.	Damai Raya	Kota Bandung	50	50
10.	Gemah Ripah	Propinsi Jawa Barat	41	41
11.	Cipaganti	Propinsi Jawa Barat	69	69
<b>J U M L A H</b>			<b>2000</b>	<b>1856</b>

*Sumber/Source: Dinas Perhubungan Kota Bandung  
 \*)Data 2014 tidak tersedia*

**Tabel 1.1**

**Jumlah armada taksi di kota Bandung 2013**

Sumber: Dinas Perhubungan Kota Bandung diakses pada tanggal 17 September 2017

Tahun 2013, taksi Blue Bird menempati urutan ke 4 dengan banyaknya armada 211 dari semua pesaingnya di kota Bandung. Dari Penyediaan jumlah armada masih kalah dengan taksi Gemah Ripah, taksi kota kembang dan Primkopau, maka peluang mendapatkan konsumen untuk menggunakan jasa taksi Blue Bird akan terhambat. Di usianya yang hampir 24 tahun keberadaan taksi Blue Bird Bandung dirasakan manfaatnya oleh masyarakat, baik warga Bandung maupun para pendatang. Mereka saling berlomba-lomba untuk memberikan pelayanan yang terbaik untuk penumpang.

Taksi konvensional saat ini mengalami penurunan karena masyarakat berpaling ke taksi berbasis *online* seperti gojek, grab dan uber yang menurut mereka memiliki kelebihan dan kenyamanan dalam perjalanan. Menurut artikel di Detikinet ada beberapa alasan masyarakat memilih taksi *online* bagi kebutuhannya diantaranya para pengguna layanan aplikasi teknologi memberikan kemudahan seperti pakai kartu kredit atau menggunakan aplikasi non tunai, Kenyamanan juga secara umum lebih baik, utamanya soal kendaraan dan jasa taksi aplikasi soal uang kembalian yang mempermudah masyarakat dalam bertransaksi karena bagaimanapun konsumen adalah raja. (sumber : detikinet diakses tanggal 23 Desember 2017).

Fenomena keberadaan taksi *online* sangat berdampak pada taksi Blue Bird, dapat dibuktikan pada data pada di artikel *Web- Paper Bisnis Indonesia* mencatat penurunan laba bersih taksi Blue Bird sebesar 42,3% menjadi Rp360,86 miliar per September 2016. Laba merosot sejalan dengan penurunan pendapatan. Berdasarkan laporan keuangan perseroan (28/10/2016), pendapatan Blue Bird turun 9,66% menjadi Rp3,64 triliun. Beban usaha juga naik 24% atau Rp84,53 miliar menjadi Rp435,23 miliar. Lembaga pemeringkat Fitch Ratings memprediksi kinerja perusahaan taksi konvensional tertekan menyusul penundaan aturan baru yang mengatur jasa transportasi berbasis aplikasi atau taksi *online*. Fenomena taksi *online* yang menawarkan tarif yang lebih rendah dari taksi konvensional menyebabkan tingkat pendapatan dan utilisasi armada taksi konvensional tertekan (sumber Kumparan.com diakses tanggal 17 September 2017). Melihat persaingan antar taksi yang ada maka oleh karena itu, individu, kelompok, dan organisasi akan memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka (Sumber : Kotler dan Keller (2012:166)).

Bentuk penolakan akan keberadaan taksi *online* juga terjadi di Bandung. Dikutip dari “Detik News” dimana ribuan sopir taksi perwakilan perusahaan taksi konvensional yang ikut yaitu Rina Rini, Cipaganti, Blue Bird, Primkop AU, Taksi Putra, Gemah Ripah dan lainnya menggelar unjuk rasa di balai kota Bandung untuk menolak keberadaan taksi pelat hitam berbasis aplikasi *online*. Kejadian yang sama juga diberitakan di “Sindo News” (Rabu, 02 November 2016 ), dimana unjuk rasa di Balai Kota oleh taksi konvensional tersebut dilakukan dengan alasan hadirnya taksi *online* dirasa menggerus pendapatan para sopir taksi yang menurun tajam. Taksi konvensional mengancam akan mengerahkan massa yang lebih besar serta melakukan

*sweeping* taksi online jika tuntutan mereka tidak dipenuhi. Melihat fenomena tersebut, persaingan antar perusahaan pemberi jasa sangat ketat dan saling bersaing agar tetap *exist*. Di sisi lain, konsumen sebagai pengguna produk atau jasa akan berharap memperoleh harga yang baik dengan kualitas barang atau jasa yang baik pula.

Melihat kondisi tersebut, taksi Blue Bird bekerja sama dengan layanan gocar dan go blue bird pada maret 2017. *Head of Investor Relations Blue Bird*, Michael Tene, mengatakan perusahaan memilih Go-Jek karena perusahaan yang didirikan Nadiem Makarim itu adalah perusahaan asli Indonesia yang sama seperti Blue Bird. Adapun kerja sama ini sudah digodok sejak lama, diawali dengan penandatanganan MOU (*Memorandum of Understanding*) yang dilakukan Blue Bird dan Go-Jek pada Mei 2016 lalu. Nantinya, untuk pelanggan yang memesan via Go Blue Bird, maka biaya yang berlaku adalah biaya tarif waktu dan tarif per km dari Blue Bird. Blue Bird sekarang memiliki sekitar 20 ribu armada taksi Blue Bird (reguler), lalu Silver Bird sekitar 10 ribu, dan Car Rental sekitar 5.000 unit. Blue Bird akan terus merencanakan untuk menggandeng saluran eksternal lain guna melayani pemesanan taksi Blue Bird yang akan membuat kemajuan bagi perusahaan Blue Bird tersebut. (sumber : kumparan bisnis diakses tanggal 11 November 2017). Setiap langkah yang dilakukan taksi Blue Bird untuk membuat konsumen berkeinginan untuk memutuskan membeli jasa pada taksi Blue Bird untuk kebutuhan perjalanannya.

Menurut Kotler & Armstrong (2014:176), proses keputusan pembelian adalah proses atau tahap yang dilakukan jauh sebelum pembelian sesungguhnya, dan berlanjut dalam waktu yang lama setelah pembelian. Menurut Kotler & Keller (2012:188), konsumen akan melewati lima tahap dalam proses keputusan pembelian yaitu Pengenalan Kebutuhan Proses, Pencarian Informasi, Evaluasi Alternatif, Keputusan Pembelian dan Perilaku Pasca pembelian. Tahapan diatas sangat menentukan jasa yang digunakan konsumen baik terencana sebagai tahap penggunaan jasa pelayanan.

Melihat perlunya upaya untuk menambah pangsa pasar, kualitas pelayanan perlu diperhatikan. Menurut Kotler (2012:49) mengemukakan bahwa kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Pelayanan merupakan faktor yang amat penting khususnya bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Pelayanan pelanggan ini sangat penting artinya bagi kehidupan suatu

perusahaan, karena tanpa pelanggan, maka tidak akan terjadi transaksi jual beli diantara keduanya. Untuk itu kegiatan pelayanan perusahaan haruslah berorientasi pada kepuasan pelanggan.

Dalam konsep pemasaran modern, banyak perusahaan yang mengacu pada bauran pemasaran untuk merancang program pemasarannya. Konsep pemasaran tersebut dijadikan acuan dalam merumuskan program pemasaran, yang dikenal dengan istilah bauran pemasaran. Menurut Kotler (2012:18), “Bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran.” Berawal dari pemikiran perusahaan bahwa dengan bauran pemasaran maka program pemasaran yang digunakan akan berhasil sehingga bauran pemasaran tersebut dirancang sedemikian rupa guna mensukseskan program pemasaran dari suatu perusahaan. Penguasaan pasar merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh pengusaha untuk mempertahankan hidupnya, berkembang dan mendapatkan laba maksimal.

Menurut penelitian terdahulu menyebutkan hasil penelitian menyangkut proses keputusan pembelian yaitu penelitian oleh Angga Febrian (2016) yang berjudul “Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Pada PT Astra Internasional Isuzu Lampung yang menyatakan bahwa variabel bauran pemasaran dan kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

Penelitian tersebut dapat memberikan pandangan dari variabel bauran pemasaran dan kualitas pelayanan secara stimulus memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian produk atau jasa. Hal tersebut menjadi acuan untuk melakukan penelitian lebih lanjut pada taksi Blue Bird di kota Bandung mengingat pentingnya variabel - variabel tersebut untuk diteliti,terlebih pada objek yang bergerak dalam bidang jasa.

Berdasarkan hal tersebut,maka penulis melakukan pra penelitian dengan survei awal terhadap 30 orang pengguna jasa taksi Blue Bird di kota Bandung, berikut data survei awal untuk mengetahui tanggapan konsumen mengenai bauran pemasaran pada taksi Blue Bird di kota Bandung.

**Tabel 1.2**  
**Data Survei awal pada konsumen pengguna jasa taksi Blue Bird di**  
**Bandung**

No	Pernyataan	Setuju	Tidak setuju
1	Blue Bird memiliki kualitas pelayanan yang baik	93,3 %	6,7%
2	Blue Bird tepat waktu dalam menjemput konsumen setelah konsumen memesan taksi melalui telepon	73,3%	26,7%
3	Perusahaan menyediakan taksi Blue Bird tepat pada waktunya	73,3%	26,7%
4	Perusahaan selalu menjaga kebersihan mobil	93,3%	6,7%
5	Argo untuk pembayaran yang digunakan oleh perusahaan taksi Blue Bird selalu sesuai dengan jarak yang ditempuh	76,7%	23,3%
6	Harga yang dibayarkan untuk perjalanan sepadan dengan kualitas pelayanan yang diberikan	63,3%	36,7%
7	Harga perjalanan menggunakan taksi Blue Bird lebih murah dibandingkan dengan taksi lainnya	16,7%	83,3%
8	Lokasi driver untuk menjemput konsumen dekat	66,7%	33,3%
9	Blue Bird sering memberikan diskon kepada konsumen	13,3%	86,7%
10	Iklan taksi Blue Bird sering muncul di youtube	33,3 %	63,3 %
11	Iklan taksi Blue Bird sering muncul di sosial media	23,3 %	76,7 %
12	Driver selalu menjaga penampilan (bersih & rapi)	90%	10%
13	Keramahan operator memberikan respon terhadap konsumen yang memesan taksi Blue Bird melalui telepon	93,3%	6,7%
14	Driver mengemudi dengan baik (spt : tidak ngebut, tidak ugal-ugalan, dll)	90%	10%

No	Pernyataan	Setuju	Tidak setuju
15	Driver jujur dalam menentukan rute jalan yang tercepat sampai tujuan	76,7%	23,3%
16	Ketepatan Driver memberikan uang kembalian	83,3%	16,7%
17	Proses pemesanan taksi Blue Bird cepat dan mudah	66,7%	33,3%
18	Pelayanan yang cepat dari operator apabila terjadi keluhan	73,3%	26,7%
19	Kemudahan pembayaran uang kembalian kepada pelanggan	83,3%	16,7%
20	Kebersihan interior dan eksterior taksi Blue Bird baik	96,7%	3,3%
21	Sirkulasi udara yang sejuk (AC yang berfungsi selama perjalanan)	93,3%	6,7%
22	Kondisi mesin yang terawat (tidak mogok selama perjalanan)	100%	0%
23	Interior taxi blue bird luas dan nyaman	86,7%	13,3%
24	Taksi Bluebird menjemput penumpang tepat waktu sesuai dengan keinginan pelanggan	50%	50%
25	Taksi Blue bird mudah ditemukan dimana saja dan kapan saja	60%	40%
26	Driver jujur menggunakan argo taksi sesuai jarak yang ditempuh	70%	30%
27	Driver melayani pelanggan dengan ramah dan sopan	86,7%	13,3%
28	Sikap driver memberikan rasa aman dari tindak kejahatan	83,3%	16,7%
29	Driver dapat berkomunikasi dengan baik kepada pelanggan	83,3%	16,7%

No	Pernyataan	Setuju	Tidak setuju
30	Driver bertanggung jawab terhadap kenyamanan pelanggannya	80%	20%
31	Taksi bluebird memiliki peralatan modern seperti aplikasi pemesanan dan GPS	56,7%	43,3%
32	Taksi Blue Bird memiliki kemudahan pembayaran uang non tunai	50%	50%
33	Fasilitas yang diberikan taksi Blue Bird lengkap dan nyaman	56,7%	43,3%
34	Penumpang tidak menunggu lama kedatangan taksi setelah pemesanan	50%	50%
35	Pelayanan taksi Blue Bird cepat dan tepat menanggapi kebutuhan pelanggan	46,7%	53,3%

*Sumber : Hasil Pengolahan Data (2017)*

Dari Tabel 1.1 diatas menunjukkan bahwa masih terdapat permasalahan yang berkaitan dengan bauran pemasaran pada taksi blue bird di kota Bandung seperti pernyataan harga perjalanan menggunakan taksi Blue Bird lebih murah dibandingkan dengan taksi lainnya. Sebesar 83,3% masih tidak setuju artinya harga yang ditawarkan taksi lainnya lebih murah dan lebih menarik konsumen untuk beralih ke taksi lain. Melihat banyaknya persaingan harga antar taksi yang ada di kota Bandung sehingga konsumen pasti akan mencari harga yang murah juga. Permasalahan juga terjadi pada promosi taksi Blue bird, dimana sebanyak 86,7% tidak setuju dengan pernyataan Blue Bird sering memberikan diskon kepada konsumen. Konsumen merasa jarang nya diskon yang diberikan kepada konsumen membuat mereka berpikir panjang ketika ingin melakukan keputusan untuk menggunakan jasa taksi Blue Bird tersebut. Selain itu, sebesar 63,3 % mengatakan tidak setuju dengan pernyataan iklan blue bird sering muncul di youtube dan 76,7 % tidak setuju mengenai iklan Blue Bird sering muncul di sosial media. Hal tersebut dikarenakan promosi Blue Bird dalam memasarkan jasa taksi belum terlihat dan masih perlu ditingkatkan. Iklan Blue Bird saat ini hanya ada di youtube, website yang masih jarang sekali diakses orang banyak dan sosial media tertentu dengan frekuensi kemunculan yang minim. Ketertarikan konsumen untuk mengetahui tentang taksi Blue Bird begitu rendah sehingga hal tersebut menjadi masalah bagi kemajuan Blue Bird meraih pangsa pasarnya.

Permasalahan juga terlihat dari kualitas pelayanan seperti dalam pernyataan taksi Blue Bird menjemput penumpang tepat waktu sesuai dengan keinginan

pelanggan belum terpenuhi terlihat dari separuh konsumen mengatakan tidak setuju. Sebesar 43,3% konsumen tidak setuju dengan pernyataan taksi bluebird memiliki peralatan modern seperti aplikasi pemesanan dan GPS. Hal tersebut didukung dengan pernyataan fasilitas yang diberikan taksi Blue Bird lengkap dan nyaman yang masih berada pada 43,3% juga. Artinya fasilitas taksi Blue Bird belum memadai untuk memenuhi kebutuhan pelanggan akan transportasi. Sebesar 50 % konsumen tidak setuju dengan pernyataan taksi Blue Bird memiliki kemudahan pembayaran uang non tunai. Melihat perkembangan transportasi saat ini, Blue Bird belum menerapkan sistem pembayaran yang mudah bagi pelanggan. Terlebih jika dibandingkan dengan sistem pembayaran elektronik yang telah diterapkan oleh taksi lainnya sehingga menjadi masalah bagi peningkatan layanan taksi Blue Bird. Masalah ketanggapan pelayanan taksi juga mengalami keluhan yaitu sebesar 50% tidak setuju dengan pernyataan penumpang tidak menunggu lama kedatangan taksi setelah pemesanan taksi tersebut. Permasalahan juga terlihat dari konsumen yang tidak setuju sebesar 53,3% dimana pelayanan taksi Blue Bird cepat dan tepat menanggapi kebutuhan pelanggan. Secara garis besar masih ada beberapa aspek dari kualitas pelayanan taksi Blue Bird yang belum terpenuhi dan menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk melakukan proses keputusan penggunaan jasa taksi Blue Bird di kota Bandung.

Berdasarkan kondisi di atas, judul yang dipilih oleh penulis adalah **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi terhadap Proses Keputusan Pembelian Jasa Taksi Blue Bird di kota Bandung”**

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kualitas pelayanan, harga dan promosi pada taksi Blue Bird di kota Bandung?
2. Bagaimana proses keputusan pembelian jasa konsumen pada taksi Blue Bird di kota Bandung?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap proses keputusan pembelian jasa konsumen pada taksi Blue Bird di kota Bandung secara simultan?

4. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap proses keputusan pembelian jasa konsumen pada taksi Blue Bird di kota Bandung secara parsial?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Kualitas pelayanan, harga dan promosi pada taksi Blue Bird di kota Bandung.
2. Proses keputusan pembelian jasa konsumen pada taksi Blue Bird di kota Bandung.
3. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap proses keputusan pembelian jasa konsumen pada taksi Blue Bird di kota Bandung secara simultan.
4. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap proses keputusan pembelian jasa konsumen pada taksi Blue Bird di kota Bandung secara parsial.

#### **1.5 Kegunaan Penelitian**

##### **1.5.1 Kegunaan Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya dan melengkapi khazanah keilmuan di bidang pemasaran khususnya yang berkaitan dengan harga, promosi dan kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi proses keputusan pembelian jasa konsumen. Disamping itu, beberapa temuan yang terungkap dalam penelitian ini juga dapat dijadikan rujukan bagi penelitian berikutnya.

##### **1.5.2 Aspek Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan bagi perusahaan, terutama untuk mengembangkan strategi kualitas pelayanan, harga dan promosi yang lebih baik lagi sehingga dapat meningkatkan proses keputusan pembelian jasa konsumen.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah dalam memberikan arah serta gambaran materi yang terkandung dalam penulisan skripsi ini, maka penulis menyusun sistematika sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini diuraikan tentang objek penelitian, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan serta sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini diuraikan tentang landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari analisis penelitian, penelitian terdahulu, dan kerangka penelitian teoritis.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini diuraikan tentang jenis penelitian dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menguraikan hasil penelitian dan analisis mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi terhadap Proses Keputusan Pembelian Jasa Taksi Blue Bird di kota Bandung.

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini menguraikan simpulan dari hasil penelitian dan saran-saran yang dapat dijadikan pertimbangan bagi perusahaan.