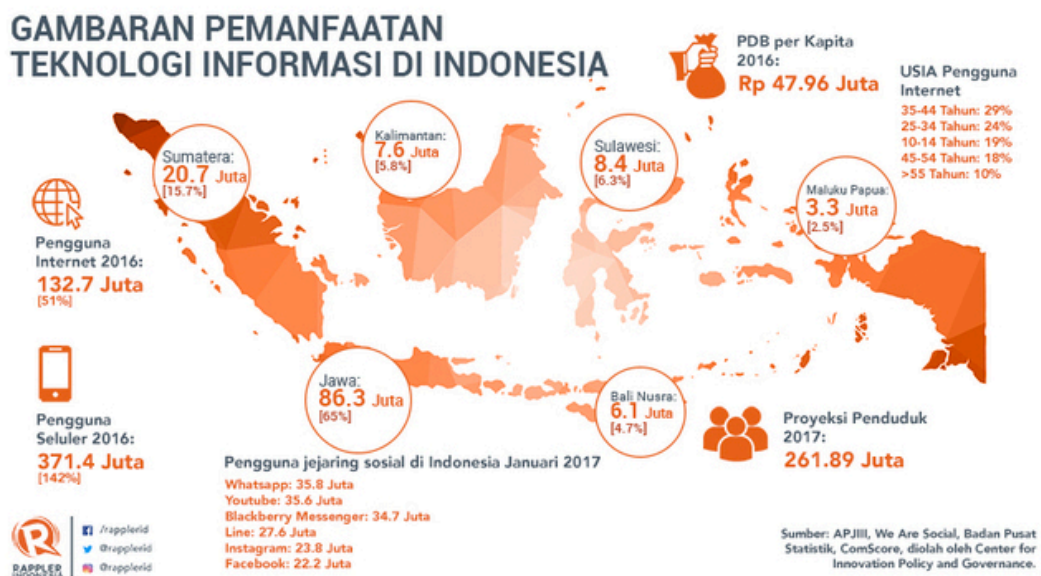


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Kemajuan teknologi di era globalisasi saat ini membuat dunia menjadi lebih mudah. Dengan adanya internet semua kebutuhan bisa dengan cepat terpenuhi. Sebagai manusia kita juga harus beradaptasi menggunakan teknologi yang semakin canggih, aman, dan nyaman untuk digunakan baik di rumah maupun di tempat kerja. Kita dituntut untuk selalu *update* tentang perkembangan teknologi saat ini, supaya kita bisa meningkatkan kualitas hidup kita dan berkembang menjadi manusia yang lebih modern. Dengan kemajuan teknologi ini situs-situs online dan jejaring sosial mulai bermunculan. Seperti Whatsapp, Youtube, Line, Instagram, Facebook dan Blackberry Messenger.



Gambar 1.1

Gambaran Pemanfaatan Teknologi Informasi di Indonesia

Sumber : Rappler.com, 16 Januari 2018

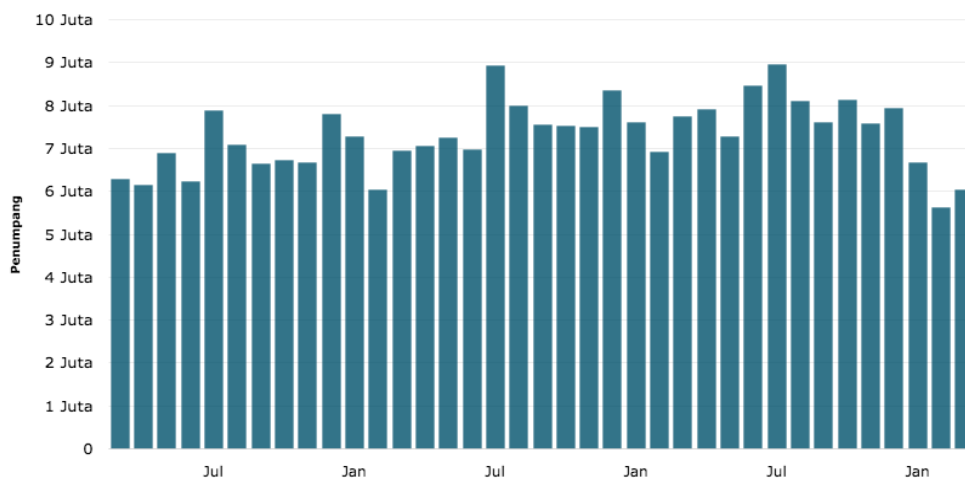
Berdasarkan gambar diatas menurut penelitian Center of Innovation Policy and Governance (CIPG) pada tahun 2018, saat ini laju penetrasi internet Indonesia merupakan yang tertinggi di Asia yang kini sudah mencapai 51% atau sekitar 132,7 juta pengguna internet pada tahun 2016. Angka yang lebih fenomenal terlihat dari jumlah pengguna seluler. Di tahun 2016, diprediksi ada sekitar 371,4 juta nomor seluler yang aktif di Indonesia. Jumlah tersebut bahkan lebih besar dari pada proyeksi jumlah penduduk Indonesia yakni 261,89 juta penduduk. Sedangkan pengguna internet di tahun 2016 di dominasi pada rentang usia 35-44 tahun yang mencapai 29%, 25-34 tahun sekitar 24%, 10-14 tahun sekitar 19%, 45-54 tahun sekitar 18% dan diatas 55 tahun sekitar 10%. Fenomena ini menunjukkan bahwa teknologi pada saat ini sangat berpengaruh terhadap kehidupan manusia. Semuanya serba cepat, serba canggih, efisien dan mudah untuk digunakan meskipun penggunanya berada pada rentang usia 35 tahun keatas.

Menurut Laudon (2007:77) sistem dan teknologi digital telah mengubah hubungan perusahaan dengan pelanggan, karyawan, pemasok, dan mitra logistik menjadi hubungan digital menggunakan jaringan dan internet. Begitu banyak bisnis kini dimungkinkan atau didasarkan pada jaringan digital hingga muncul istilah perdagangan elektronik (*e-commerce*). Menurut Kalakota dan Whinston (1997) Kemajuan teknologi informasi juga berkembang di sektor pariwisata. Melihat perkembangan ini Travel Agent semakin banyak bermunculan, salah satunya NK Tours & Travel. NK Tours & Travel merupakan salah satu perusahaan swasta yang mengembangkan usahanya pada bidang pariwisata, dalam hal ini NK Tours & Travel bekerja sama dengan berbagai airline baik domestic seperti Lion Air, Garuda Indonesia, Sriwijaya Air, Air Asia, maupun internasional seperti Singapore Airlines, Cathay Pacific, Jetstar, Scoot,

China Airlines dan masih banyak lagi. Dengan adanya teknologi, pemesanan tiket menjadi lebih mudah, pelanggan tidak perlu datang ke tempat penyedia jasa atau travel agent karena sistem pemesanan sudah bisa dilakukan secara online. Ini menjadi suatu ancaman bagi NK Tours & Travel dalam hal penjualan tiket pesawat dengan bermunculannya situs-situs travel agent online.

Tidak hanya NK Tours & Travel saja yang mulai merasa terancam, tetapi travel-travel agent konvensional yang lain juga ikut merasakan adanya penurunan penjualan tiket pesawat secara online ini. Online Travel Agent (OTA) berani menawarkan harga dibawah harga publish yang jika dibandingkan dengan travel agent konvensional membuat keputusan pelanggan untuk membeli tiket pesawat khususnya di NK Tours & Travel menjadi menurun. Maka dari itu NK Tours & Travel harus meningkatkan variasi produk, harga yang bersaing, dan juga promosi yang harus terus dijalankan. Jika tidak maka travel agent konvensional seperti NK Tours & Travel akan tersisihkan dengan adanya Online Travel Agent (OTA). Akan tetapi masih ada pelanggan yang lebih memilih untuk melakukan pemesanan melalui travel agent konvensional seperti NK Tours & Travel dibandingkan melalui OTA karena adanya alasan keamanan, alasan kepercayaan dan alasan pilihan pembayaran.

Dari tahun 2016 hingga tahun 2018 peminat transportasi udara semakin meningkat, tetapi pada tahun 2019 peminat transportasi udara mengalami penurunan jumlah penumpang, ini disebabkan karena harga tiket pesawat domestik maupun internasional mengalami kenaikan harga. Dengan adanya kenaikan ini penumpang memilih alternatif transportasi darat seperti mobil atau kereta yang harganya jauh lebih murah dibandingkan dengan harga tiket pesawat. Berikut ini adalah grafik dari penurunan jumlah penumpang pesawat domestik dari tahun 2016 hingga tahun 2019.



Gambar 1.2

Jumlah Penumpang Pesawat Penerbangan Domestik (Mar 2016 – Mar 2019)

Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS), 6 Apr 2019

Berdasarkan diagram diatas, untuk rute pesawat domestik per bulan Maret tahun 2016 hingga tahun 2018 mengalami kenaikan, tetapi pada tahun 2018 hingga tahun 2019 mengalami penurunan penumpang. Bulan Maret 2016 jumlah penumpang pesawat rute domestik sebesar 6,3 juta penumpang, pada bulan Maret 2017 jumlah penumpang pesawat rute domestik mengalami kenaikan menjadi total 6,9 juta penumpang, kemudian di bulan Maret 2018 jumlah penumpang pesawat rute domestik juga mengalami kenaikan sebesar 0,8 juta penumpang sehingga total di bulan Maret 2018 sebesar 7,7 juta penumpang, sedangkan pada bulan Maret 2019 jumlah penumpang pesawat rute domestik mengalami penurunan yang cukup signifikan, yaitu sebesar 1,7 juta penumpang. Total di bulan Maret 2019 jumlah penumpang penerbangan domestik sebanyak 6 juta penumpang.

Dengan adanya penurunan jumlah penumpang dikarenakan kenaikan harga tiket pesawat, tidak menjadikan alasan NK Trouurs & Travel untuk tetap menawarkan jasanya kepada pelanggan. Jasa menurut Kotler (2000:83) adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak yang lain,

yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan. Ada banyak pertimbangan yang dalam perjalanannya termasuk yaitu resiko yang akan dihadapi serta bentuk pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa transportasi. Tidak hanya jasa dan produk saja yang ditawarkan tetapi kepuasan pelanggan menjadi tujuan utama untuk membentuk loyalitas pelanggan terhadap keputusan pembelian di NK Tours & Travel. Upaya mewujudkan kepuasan pelanggan total bukanlah hal yang mudah. Kepuasan pelanggan total tidak mungkin tercapai sekalipun hanya untuk sementara waktu (Mudie dan Cottom dalam Tjiptono, 2000:160). Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya (Umar, 2005:65).

Kepuasan pelanggan sangat berdampak dengan loyalitas pelanggan dalam jangka waktu yang panjang. Kepuasan tidak hanya diukur dalam kualitas produk atau jasa yang kita berikan, tetapi juga kualitas pelayanan dan harga yang ditawarkan juga berpengaruh dalam kepuasan pelanggan. Ketika pelanggan merasa puas setelah menggunakan jasa kita mereka akan membantu perusahaan dalam mempromosikan jasa dan produk yang sudah mereka gunakan, menginformasikan kepada keluarga atau kerabat terdekat untuk ikut menggunakan jasa yang diberikan oleh NK Tours & Travel. Ini adalah bentuk promosi secara tidak langsung melalui *mouth to mouth* dan loyalitas dari pelanggan yang sudah menggunakan jasa NK Tours & Travel cukup lama.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis mengangkat penelitian dengan judul **“Pengaruh Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat di NK Tours & Travel Surabaya”**.

1.1 RUMUSAN MASALAH

- 1) Apakah produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket pesawat di NK Tours & Travel ?
- 2) Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket pesawat di NK Tours & Travel ?
- 3) Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket pesawat di NK Tours & Travel ?
- 4) Apakah produk, harga, dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian tiket pesawat di NK Tours & Travel ?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

- 1) Untuk mengetahui produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket pesawat di NK Tours & Travel.
- 2) Untuk mengetahui harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket pesawat di NK Tours & Travel.
- 3) Untuk mengetahui promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket pesawat di NK Tours & Travel.
- 4) Untuk mengetahui produk, harga, dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian tiket pesawat di NK Tours & Travel.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

1) Manfaat Akademis

Manfaat akademis yang di harapkan dari hasil penelitian ini sebagai referensi untuk mahasiswa.

2) Manfaat Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Sebagai manfaat untuk mengembangkan ilmu manajemen pemasaran dan dapat digunakan sebagai referensi pada penelitian selanjutnya.

3) Aspek Praktis

Sebagai bahan evaluasi untuk NK Tours & Travel terkait produk yang ditawarkan, persaingan harga, dan cara promosi penjualan yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dan untuk terus meningkatkan pelayanan dan penjualannya.