

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Masalah

Kepulauan Riau atau biasa disingkat KEPRI adalah sebuah provinsi yang memiliki 5 kabupaten dan 2 kota, 53 kecamatan serta 229 kelurahan/desa dengan jumlah 2.408 pulau besar serta memiliki 30% pulau belum bernama dan berpenduduk. Sekitar 96% merupakan lautan dan hanya 4% daratan dengan luas wilayahnya sebesar 8.201,72 km<sup>2</sup>. Kepulauan Riau memiliki laut yang sangat luas dan pulau yang banyak mengakibatkan sebagai penghubung antar kabupaten dan kota yang ada di Kepulauan Riau menggunakan transportasi kapal laut. Transportasi kapal laut menjadi salah satu sarana yang banyak digunakan oleh masyarakat, selain untuk memenuhi kebutuhan perekonomian yang bekerja di bidang nelayan, kapal juga menjadi transportasi antar pulau yang ada di Kepulauan Riau.

Kota Tanjungpinang adalah kota yang memiliki luas wilayah 258,82 km<sup>2</sup>, hampir setengah luas darat dan lautan Tanjungpinang sama besarnya. Di Tanjungpinang masyarakat sering menggunakan transportasi laut untuk mencari nafkah demi memenuhi kebutuhan ekonomi, karena mata pencaharian penduduk Kota Tanjungpinang adalah di laut dan transportasi laut juga digunakan masyarakat untuk pergi ke pulau atau kota terdekat maupun jauh karena harga yang relatif lebih murah. Transportasi laut yang ada di Kota Tanjungpinang ada berbagai jenis dan ukuran mulai dari pompong, sampan, *speed boat*, kapal *roll on*

*roll out*, kapal *ferry*, hingga kapal berukuran sangat besar yang bisa digunakan dan menyesuaikan kebutuhan konsumen untuk menggunakan transportasi laut. Transportasi laut yang disebutkan memiliki fungsi yang berbeda dan jumlah muatan yang berbeda-beda untuk bisa digunakan oleh konsumen. Adapun perusahaan transportasi laut di Tanjungpinang yang mengoperasikan kapal-kapalnya ke pulau-pulau kecil hingga besar dapat dilihat pada Tabel 1.1.

**Tabel 1.1**  
**Perusahaan Kapal di Tanjungpinang 2023**

No	Nama Perusahaan
1.	PT ASDP Tanjungpinang
2.	PT Bahtera Nusantara Tanjungpinang
3.	PT PELNI Cabang Tanjungpinang
4.	PT Swasta

*Sumber: Data diolah, 2024*

Dari beberapa perusahaan pada Tabel 1.1 terdapat beberapa perbedaan yang signifikan yaitu dengan perbedaan jenis kapal, harga, dan fasilitas. Salah satu contoh yang dapat dibandingkan perbedaannya yaitu PT ASDP Tanjungpinang dengan PT PELNI Cabang Tanjungpinang, kedua perusahaan ini berbeda dilihat dari fasilitas PT ASDP Tanjungpinang yang tidak memiliki kamar yang nyaman untuk penumpang dikarenakan kapal perusahaan ini menempuh jarak jauh dengan cepat, sedangkan PT PELNI Cabang Tanjungpinang memiliki kamar untuk penumpang dikarenakan perjalanan jarak jauh dengan waktu tempuh lama.

Dalam hal ini salah satu perusahaan transportasi laut yang ada di Tanjungpinang adalah PT PELNI Cabang Tanjungpinang merupakan perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang mengoperasikan kapalnya ke pulau-pulau kecil hingga pulau besar dengan harga yang sesuai dengan fasilitas

disediakan. Perusahaan ini tidak hanya mengangkut penumpang melainkan bisa mengangkut muatan yang besar atau biasa disebut kargo barang. Perusahaan ini memiliki 5 kapal besar yang siap mengangkut jumlah penumpang lebih dari 300 penumpang dengan rute yang berbeda-beda. Adapun kapal PT PELNI Cabang Tanjungpinang yang menghubungkan antar pulau yang ada kepulauan riau yang beroperasi sebagai berikut :

**Tabel 1.2**  
**Data Rute Kapal PT PELNI Cabang Tanjungpinang**  
**Tahun 2023**

Nama Kapal	Rute Perjalanan
KM. BUKIT RAYA	Kijang- Belinyu-Tg. Priok- Letung- Tarempa- Natuna- Midai- Serasan- Pontianak
KM. KELUD	Kijang- Batam- Belawan- Tg. Priok
KM. UMSINI	Kijang- Tg. Priok- Surabaya- Makassar- Maumere- Larantuka- Kupang
KM. SANUS 48	Tg.Pinang- Moro- Jagoh- Pekajang- Blinyu- Tambelan- Midai- S. Lampa- P. Laut- Subi- Serasan- Sintete- Tambelan
KM. SANUS 80	Kijang- Tambelan- Pontianak- Serasan- Subi- S. Lampa- P. Laut- Sedanau- Midai- Tarempa- Kuala Maras- Letung

*Sumber: PT PELNI Cabang Tanjungpinang, 2024*

Dapat dilihat dari Tabel 1.2 kapal PT PELNI Cabang Tanjungpinang mengoperasikan kapalnya ke pulau-pulau kecil hingga besar. Pelabuhan keberangkatan kapal ada dua diantaranya Pelabuhan Sri Bintang Pura tempat sandarnya KM. SANUS 48 berlokasi di Tanjungpinang sedangkan kapal yang lain di Pelabuhan Sri Bayintan Kijang. Meskipun kapal perusahaan ini banyak sangat disayangkan terdapat beberapa keluhan dari konsumen ketika peneliti melakukan observasi awal selama 60 hari dimulai dari tanggal 24 Juli-24 September 2024. Keluhan konsumen ini bertujuan kepada perusahaan agar

perusahaan bisa lebih baik lagi untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Adapun keluhan konsumen yang pertama adalah tidak adanya loket pembelian tiket di pelabuhan yang mengharuskan konsumen melakukan pembelian tiket di kantor cabang yang sangat jauh dari pelabuhan keberangkatan dengan jarak yang harus ditempuh 21,4 km dalam waktu 40 menit. Kedua adanya keluhan konsumen mengenai rumitnya pengisian formulir, konsumen harus mengisi formulir secara manual lalu diserahkan ke loket untuk pembelian tiket dan pembayaran wajib menggunakan kartu ATM, hal ini yang menjadi permasalahan karena tidak semua orang memiliki ATM terlebih orang yang sudah tua maupun orang yang tidak paham akan hal ini. Ketiga *customer service* tidak cepat tanggap jika dihubungi untuk pengaduan, bertanya jadwal kapal dan informasi lain melalui telepon kantor atau *whatsapp*. Berbagai permasalahan telah diterangkan sebelumnya, seperti lokasi pembelian tiket jauh dari pelabuhan, proses pembelian tiket yang rumit hingga *customer service* tidak cepat tanggap. Dari pemaparan tersebut dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa meskipun meskipun kapal dan banyaknya rute yang dimiliki oleh PT PELNI Cabang Tanjungpinang, beberapa masalah bisa mempengaruhi keputusan pembelian dan kepuasan konsumen pengguna jasa Kapal PT PELNI Cabang Tanjungpinang.

Keluhan konsumen di atas berkenaan dengan variabel-variabel pada *Marketing Mix* yang digunakan PT PELNI Cabang Tanjungpinang. Hal ini dapat mempengaruhi keputusan pembelian dan kepuasan konsumen ketika menggunakan jasa transportasi laut kapal PT PELNI Cabang Tanjungpinang. Dalam hal ini, beberapa penelitian telah dilakukan oleh peneliti terdahulu, untuk

menganalisis strategi *Marketing Mix* yang menjadi pertimbangan konsumen untuk menggunakan jasa perusahaan. Khotimah dan Jalari (2021) hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *Marketing Mix* terhadap variabel keputusan pembelian. Hasil penelitian Fatimah et al, (2022) menunjukkan variabel *Marketing Mix* berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan konsumen. Selain itu pada penelitian Larasati dan Aji (2019) menunjukkan bahwa variabel *Marketing Mix* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan mediasi kepuasan konsumen. Berdasarkan beberapa hasil penelitian tersebut, bahwa hasil penelitian yang konsisten antara satu peneliti dengan peneliti yang lain sehingga variabel *Marketing Mix* berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen.

Berdasarkan dari beberapa penelitian terdahulu diketahui telah terjadi berbagai hasil yang ada dan dengan adanya *research gap* tersebut maka perlu dilakukan penelitian lanjutan tentang pengaruh *Marketing Mix* terhadap keputusan pembelian dengan kepuasan konsumen sebagai variabel *intervening*. Sehingga dalam penelitian ini akan mengembangkan dari hasil penelitian terdahulu dengan harapan hasil penelitian ini nantinya akan memperkuat teori yang ada pada masa kini. Berdasarkan uraian latar belakang diatas penulis bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel *Intervening* Pada PT PELNI Cabang Tanjungpinang”**.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi dilakukan menurut latar belakang kajian untuk menemukan fenomena yang terjadi. Berdasarkan latar belakang ini, terdapat fenomena sebagai berikut :

1. *Marketing Mix* indikator *place* (tempat): penjualan tiket jauh dari Pelabuhan keberangkatan kapal PT PELNI Cabang Tanjungpinang
2. *Marketing Mix* indikator *physical evidence* (bukti fisik): loket pembelian tiket tidak tersedia di Pelabuhan PT PELNI Cabang Tanjungpinang
3. *Marketing Mix* indikator *people* (orang): Respon pelayanan melalui *Whatsapp* dan telepon kantor yang tidak cepat tanggap terhadap penumpang atau calon penumpang kapal PT PELNI Cabang Tanjungpinang.
4. *Marketing Mix* indikator *process* (proses) : rumitnya pengisian formulir, konsumen harus mengisi formulir secara manual lalu diserahkan ke loket untuk pembelian tiket dan pembayaran wajib menggunakan kartu ATM.

## 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dalam penelitian yang diteliti, maka terdapat perumusan masalah dalam penelitian yang diteliti yakni:

1. Apakah *Marketing Mix* berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket kapal PT PELNI Cabang Tanjungpinang?

2. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket kapal PT PELNI Cabang Tanjungpinang?
3. Apakah *Marketing Mix* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT PELNI Cabang Tanjungpinang ?
4. Apakah *Marketing Mix* berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen sebagai variabel *intervening* pada PT PELNI Cabang Tanjungpinang ?

#### 1.4 Pembatasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang di atas, maka penulis hanya membatasi penelitian ini, sebagai berikut:

1. Pengaruh *Marketing Mix* terhadap keputusan pembelian tiket kapal PT PELNI Cabang Tanjungpinang
2. Pengaruh *Marketing Mix* terhadap kepuasan konsumen pada PT PELNI Cabang Tanjungpinang
3. Pengaruh kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian tiket kapal PT PELNI Cabang Tanjungpinang
4. Pengaruh *Marketing Mix* terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen pada PT PELNI Cabang Tanjungpinang

#### 1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, terdapat tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Marketing Mix* terhadap keputusan pembelian tiket kapal PT PELNI Cabang Tanjungpinang?

2. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian tiket kapal PT PELNI Cabang Tanjungpinang?
3. Untuk mengetahui pengaruh *Marketing Mix* terhadap kepuasan konsumen pada PT PELNI Cabang Tanjungpinang
4. Untuk mengetahui *Marketing Mix* terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen pada PT PELNI Cabang Tanjungpinang ?

### 1.6 Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini dapat dijelaskan secara sistematis sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Melalui penelitian ini diharapkan agar apa yang diajarkan dalam masa perkuliahan khususnya dalam studi manajemen pemasaran dapat direalisasikan dalam kehidupan pemasaran.

2. Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran yang bermanfaat bagi perusahaan dalam mengevaluasi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keberhasilan perusahaannya.

3. Bagi Akademis

Diharapkan dapat berguna untuk menjadi bahan acuan bagi penelitian-penelitian yang akan dilakukan oleh siapa yang ingin mengkaji persoalan yang relevan dengan hasil penelitian ini, sehingga dapat menghasilkan hasil penelitian yang lebih baik dan akurat. Selain itu



diharapkan tulisan ini dapat juga dijadikan sebagai bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya.

4. Bagi Fakultas

Diharapkan dapat berguna untuk menjadi bahan acuan pembelajaran dan ilmu baru yang akan diterapkan pada fakultas.

5. Bagi Prodi

Diharapkan dapat berguna untuk menjadi acuan pengembangan ilmu manajemen yang relevan dan bisa diterapkan khususnya pada konsentrasi manajemen pemasaran.

### 1.7 Sistematika Penulisan

Dalam sistematika penulisan memberikan gambaran yang jelas untuk mempermudah bagi para pembaca, maka materi-materi yang tertera skripsi ini dapat dikelompokkan menjadi sub bab sebagai berikut:

**BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

**BAB II : KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS**

Pada bab kedua yang didalamnya menjelaskan tentang teori yang ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan permasalahan yang ada di penelitian ini, dilanjutkan dengan

penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, pengembangan hipotesis, dan hipotesis penelitian

**BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Metode penelitian menjelaskan variabel-variabel penelitian beserta definisi operasional, prosedur pengumpulan data, jenis dan sumber data serta metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

**BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Hasil penelitian menguraikan tentang data penelitian, hasil penelitian, serta pembahasan atas hasil penelitian data tersebut.

**BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran dari seluruh uraian dari analisis bab-bab sebelumnya.

