

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era pembangunan yang semakin berkembang pada saat ini, transportasi jasa telah mengalami kemajuan yang cukup pesat. Perkembangan jasa berkembang umumnya karena dewasa ini ekonomi dan naiknya taraf hidup.¹ Kota Palembang adalah salah satu kota besar di Sumatera Selatan, pada tahun 2020 berdasarkan perhitungan terakhir Badan Pusat Statistik kota Palembang tercatat bahwa jumlah penduduk kota Palembang berkisar 1.668.848 jiwa.²

Tabel 1.1
Jumlah Penduduk Kota Palembang Tahun 2020

No	Kecamatan	Jumlah Penduduk Kota Palembang (Jiwa)
1	Iilir Barat II	67.614
	Gandus	73.953
3	Seberang Ulu I	91.166
4	Kertapati	91.661
5	Jakabaring	90.415
6	Seberang Ulu II	100.232
7	Plaju	93.171
8	Iilir Barat I	140.945
9	Bukit Kecil	38.585
10	Iilir Timur I	66.168
11	Kemuning	80.685
12	Iilir Timur II	85.460

¹ Drs. M. Mursid, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014) hlm. 117

² Badan Pusat Statistik Kota Palembang. "Jumlah Penduduk Kota Palembang Tahun 2013-2019" <https://palembangkota.bps.go.id> (diakses, 28 September 2021)

No	Kecamatan	Jumlah Penduduk Kota Palembang (Jiwa)
13	Kalidoni	122.474
14	Iilir Timur III	73.010
15	Sako	110.079
16	Sematang Borang	54.362
17	Sukarami	183.667
18	Alang-Alang Lebar	105.201
19	Kota Palembang	1.668.848

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2021

Dengan jumlah penduduk yang terhitung besar tentu saja tingkat aktivitas dari setiap masyarakat cenderung tinggi. Salah satu hal penting dalam menunjang setiap aktivitas yang akan dilakukan masyarakat setiap harinya adalah terpenuhinya sarana dan prasarana transportasi yang memadai. Transportasi merupakan pemindahan manusia atau barang dari suatu tempat ke tempat lain dengan menggunakan sebuah wahana yang digerakkan oleh manusia atau mesin.³

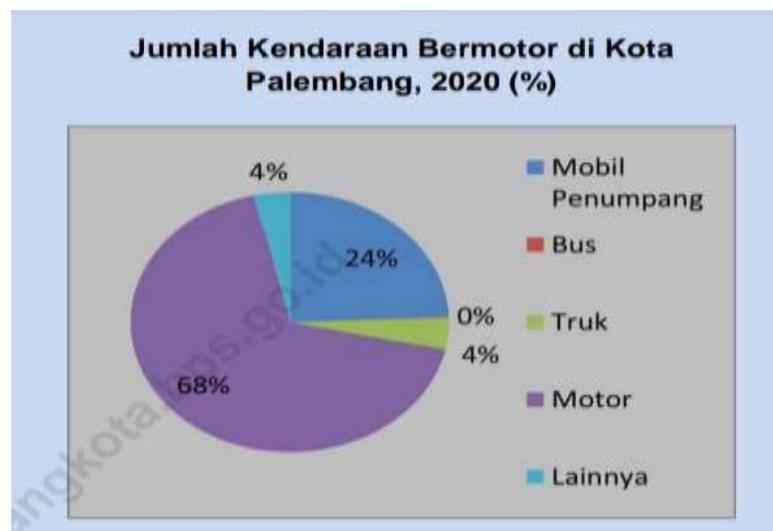
Dengan adanya transportasi diharapkan dapat memudahkan berbagai aktivitas manusia. Fungsi utama dari transportasi adalah melancarkan arus barang dan manusia untuk mendukung aktivitas yang tinggi terutama di dalam bidang ekonomi. Ada tiga jenis transportasi yang digunakan oleh masyarakat yaitu, transportasi darat contohnya mobil, motor, kereta api, bus, transportasi laut contohnya kapal, perahu, rakit dan transportasi udara contohnya pesawat terbang dan helikopter. Jika dilihat dari frekuensi penggunaannya, transportasi darat merupakan jenis alat transportasi yang paling banyak digunakan oleh masyarakat

³ Ismayanti, *Pengantar Pariwisata*, (Jakarta: Grasindo, 2010) hlm. 123

karena biaya perjalanan yang jauh lebih murah dan mudah untuk digunakan baik oleh pribadi maupun umum.

Tingginya intensitas penggunaan alat transportasi darat di kota Palembang, baik angkutan pribadi yaitu mobil dan sepeda motor maupun angkutan umum menimbulkan beberapa permasalahan yang membutuhkan solusi, diantaranya adalah kemacetan di berbagai ruas jalan, polusi udara, dan kecelakaan lalu lintas. Ditinjau dari diagram berikut, sepeda motor merupakan kendaraan terbanyak yaitu sebanyak 68%, kemudian disusul mobil penumpang 24%, truk 4% dan lainnya 4%.⁴ Ketimpangan ini akan semakin besar seiring dengan pertumbuhan penduduk sedangkan penyediaan ruas jalan baru semakin sulit disebabkan ruang yang semakin sempit.

Gambar 1.1
Jumlah Kendaraan di Kota Palembang



Sumber : Badan Pusat Statistik, 2021

⁴ Badan Pusat Statistik Kota Palembang, “Kota Palembang Dalam Angka Tahun 2020”

Dalam rangka mengatasi permasalahan tersebut tentunya perlu ada solusi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat agar bersedia mengurangi penggunaan angkutan pribadi. Solusi tersebut bisa berupa penyediaan sarana angkutan umum yang memadai baik secara kualitas maupun kuantitas oleh pemerintah. Penyediaan angkutan umum tersebut harus memperhatikan dan mengutamakan keamanan, kenyamanan serta kehandalan agar masyarakat sebagai konsumen lebih tertarik dan percaya menggunakan angkutan umum daripada angkutan pribadi. Konsumen akan menjadi loyal jika angkutan umum yang tersedia bisa memberikan rasa aman dan nyaman serta promosi dari jasa pelayanan transportasi tersebut. Dengan terciptanya loyalitas dari konsumen angkutan umum, diharapkan beberapa permasalahan transportasi bisa diatasi.

Sehubungan dengan pembahasan ini, Oliver mengungkapkan bahwa loyalitas adalah komitmen konsumen bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun secara situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perilaku.⁵

Loyalitas konsumen juga dipengaruhi oleh situasi dan kondisi yang membuat konsumen semakin sensitif terhadap harga. Konsumen cenderung akan mencari produk/jasa yang dapat memberikan harga relatif rendah dibanding produk/jasa sejenis.⁶ Dengan demikian, promosi berperan dalam mempengaruhi seseorang untuk tetap loyal, akan loyal, atau tidak loyal. Maka dari itu promosi

⁵ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Penerit ANDI, 2013), hlm. 104

⁶ Yayasan Sembada Swakarya, *Informasi dan Peluang Bisnis SWA Sembada*, (Jakarta: Penerbit Yayasan Sembada Swakarya, 2006), hlm. 38

sebenarnya dapat mempengaruhi konsumen.

Menurut Ratnasari, loyalitas konsumen merupakan suatu ukuran keterikatan konsumen terhadap produk/jasa. Ukuran ini mampu memberikan gambaran tentang mungkin tidaknya konsumen beralih ke produk lain. Banyak faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen seperti kepuasan, kualitas dan kepercayaan.⁷

Salah satu jenis angkutan umum yang bisa menjadi solusi dari kemacetan dan permasalahan transportasi lain di kota Palembang adalah *Light Rail Transit* atau disingkat LRT. *Light Rail Transit* adalah sebuah sistem Kereta Api Penumpang yang beroperasi di kawasan perkotaan yang konstruksinya ringan dan bisa berjalan bersama lalu lintas lain atau dalam lintasan khusus, disebut juga trem.⁸ Angkutan cepat dengan model Lintas Rel Terpadu yang beroperasi di Palembang ini menghubungkan Bandar Udara Internasional Sultan Mahmud Badaruddin II dengan Komplek Olahraga Jakabaring. Pembangunan LRT ini pada awalnya difungsikan sebagai sarana transportasi penunjang warga Palembang dan sekitarnya, termasuk untuk menunjang mobilitas penonton dan atlet pada Pesta Olahraga Asia tahun 2018 lalu.

Hingga Agustus 2018, sebanyak delapan rangkaian kereta ringan yang diproduksi PT Industri Kereta Api tiba di Palembang sejak April 2018, masing-masing rangkaian kereta terdiri dari tiga gerbong. Setiap rangkaian kereta mampu mengangkut hingga 722 penumpang: 231 penumpang di gerbong pertama dan

⁷ Ririn Tri Ratnasari, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Bogor: Indo Citra Media, 2011) hlm,46

⁸ Di akses dari <https://id.wikipedia.org/wiki/LintasRelTerpadu> pada tanggal 18 Desember 2019 pukul 12:46

ketiga serta 260 orang di gerbong kedua. Sementara, kapasitas tempat duduk sebanyak 78 penumpang. Rangkaian kereta dapat mengangkut penumpang dari Bandara SMB II menuju Jakabaring dengan waktu tempuh sekitar 30-45 menit.

LRT merupakan sebuah transportasi yang memiliki tujuan untuk meningkatkan pelayanan transportasi yang baik kepada masyarakat dengan menciptakan suatu sistem angkutan yang efisien, berkualitas, dan berkelanjutan, sehingga dapat mendukung penyelenggaraan lalu lintas dan jasa angkutan jalan yang aman, nyaman, cepat, lancar serta dapat diandalkan. Tujuan angkutan umum yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, pemanfaatan jaringan jalan secara optimal sehingga mengurangi kemacetan lalu lintas, menarik pengguna kendaraan pribadi sehingga menggunakan angkutan umum, juga memberikan dampak positif terhadap lingkungan.

Ada 13 stasiun pada jalur LRT ini dan 1 depot. 12 stasiun di antaranya telah beroperasi sejak 6 Oktober 2018. Setiap rangkaian kereta akan berhenti selama 1 menit di setiap stasiun, kecuali di setiap stasiun akhir perjalanan rangkaian kereta akan berhenti selama 10 menit. Lima di antara 13 stasiun yang ada dilengkapi dengan jembatan penghubung dengan bangunan-bangunan di sekitarnya. Untuk saat ini setiap stasiun LRT Palembang telah terhubung dengan layanan bus Trans Musi yang telah beroperasi sebelumnya.⁹

⁹ Di akses dari <https://id.wikipedia.org/wiki/LintasRelTerpaduPalembang#Sejarah> 7 Desember 23:13

Tabel 1.2
Stasiun Light Rail Transit Palembang

Stasiun	Layanan penghubung <u>Trans Musi</u>	Tempat terdekat	Keterangan
<u>Bandara SMB II</u>	Koridor 5	<u>Bandar Udara Internasional Sultan Mahmud Badaruddin II</u>	Dibuka pada 1 Agustus 2018
<u>Asrama Haji</u>	Koridor 5	Asrama Haji Palembang	Dibuka pada 7 September 2018
<u>Punti Kayu</u>	Koridor 1 & 9	<u>Punti Kayu</u> , Gramedia World Palembang	Dibuka pada 24 September 2018
<u>RSUD</u>	Koridor 1 & 9	RSUD Sumatra Selatan	Dibuka pada 25 September 2018
<u>Garuda Dempo</u>	-	<u>Korem 044/Garuda Dempo</u>	Dibuka pada 19 Oktober 2018
<u>Demang</u>	Koridor 2	<u>SMKN 2 Palembang</u>	Dibuka pada 6 Oktober 2018
<u>Bumi Sriwijaya</u>	Koridor 3 & 6	<u>Palembang Icon</u> , <u>Stadion Bumi Sriwijaya</u>	Dibuka pada 1 Agustus 2018
<u>Dishub</u>	Koridor 6	Kantor Gubernur Sumatra Selatan	Dibuka pada 20 September 2018
<u>Cinde</u>	Koridor 1, 4, 6, & 9	Pasar Cinde	Dibuka pada 1 Agustus 2018
<u>Ampera</u>	Koridor 1 & 3	<u>Jembatan Ampera</u> , Pasar 16 Ilir, <u>Benteng Kuto Besak</u>	Dibuka pada 1 Agustus 2018
<u>Polresta</u>	Koridor 9	Mapolresta Palembang, Kantor Pusat <u>Bank Sumsel Babel</u>	Dibuka pada 27 September 2018
<u>Jakabaring</u>	Koridor 9	<u>Kompleks Olahraga Jakabaring</u>	Dibuka pada 1 Agustus 2018
<u>DJKA</u>	Koridor 9	OPI Mall, Perumahan Ogan Permata Indah	Dibuka pada 1 Agustus 2018

Sumber : Wikipedia, 2020

Tarif sekali angkut penumpang kereta ini sebesar Rp5.000,00 per penumpang dari dan ke stasiun mana saja, kecuali untuk ke Bandara SMB II dikenakan tarif Rp10.000,00 jika LRT terintegrasi menggunakan Trans Musi maka dikenakan harga Rp7.000,00 dari seluruh stasiun kecuali Bandara yang mematok harga Rp12.000,00. Khusus untuk pelajar tarif yang dikenakan sebesar Rp5.000,00.¹⁰

Selain itu untuk memudahkan para masyarakat pihak LRT selalu mengupdate seputar jadwal keberangkatan LRT, promosi, atau suasana terkini melalui sosial media seperti Facebook, Instagram, Twitter, atau melalui website LRT Palembang.

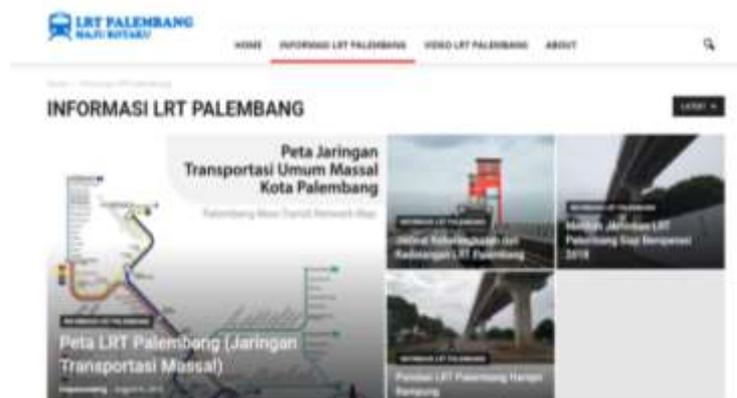
Gambar 1.2
Jadwal Perjalanan LRT

The image shows a screenshot of a train schedule table for LRT Sumatera Selatan. The table has a header with the KAI logo and the title 'JADWAL PERJALANAN LRT SUMATERA SELATAN'. The table is organized into columns for different routes and stations, with rows representing individual train services. The text is small and difficult to read, but the structure is a standard railway timetable.

Sumber : Instagram LRT Palembang, 2021

¹⁰ *Ibid*

Gambar 1.3
Sosial Media LRT Palembang



Dikarenakan LRT ini baru beroperasi sekitar 3 tahun yang lalu, dimulai pada 1 Agustus 2018, maka akan mempengaruhi jumlah penumpang yang menggunakan layanan jasa transportasi LRT. Hal ini tentunya berkaitan dengan promosi dan kepercayaan dari LRT tersebut yang menunjang loyalitas konsumen melalui keputusan pembelian untuk menggunakan LRT di kota Palembang.

Gambar 1.4
Jumlah Penumpang LRT



Sumber : Twitter Kementerian Perhubungan RI, 2019



Sumber : Email : Balailrtsumsel@dephub.go.id, 2020

Sejak covid-19 mewabah di Palembang, pengguna moda transportasi LRT mengalami penurunan yang cukup drastis dikarenakan selama pandemi jumlah

perjalanan telah dikurangi menjadi 22 perjalanan per hari mulai pukul 08.04-15.41 WIB dari sebelum pandemi sebanyak 74 perjalanan, faktor ini sangat mempengaruhi jumlah penumpang LRT tersebut.

Berdasarkan berita harian Merdeka, Kepala Balai Pengelola KA Ringan Sumsel Amanna Gappa mengungkapkan, meski tidak sebanyak pada dua tahun sebelumnya hingga Agustus 2021, tercatat jumlah penumpang LRT sebanyak 924.306 orang atau 90 persen total penumpang 2020.¹¹

Tabel 1.3
Research Gap Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen

Variabel	Hasil Penelitian	Nama Peneliti
Promosi terhadap Loyalitas Konsumen	Berpengaruh	1. Arif Dwi, Suprihatmi Sri, Suprayitno (2018) 2. Rizky Andofa Setiawan (2018) 3. Soni Suntani Sentiana (2018)
	Tidak Berpengaruh	1. Khalil Patriot Khamza dan Suwardi (2018) 2. Noorhayati (2018) 3. Haryantini (2019)

Promosi terhadap loyalitas konsumen yang diteliti oleh Arif Dwi Putranto, Suprihatmi Sri Wardiningsih, Suprayitno (2018)¹² menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Penelitian yang diteliti oleh Rizky Andofa Setiawan (2018)¹³ menunjukkan bahwa ada pengaruh

¹¹ Irwanto, "Selama Pandemi Covid-19, Penumpang LRT Sumsel Turun Nyaris 2 Kali Lipat", diakses dari <https://www.merdeka.com/peristiwa/selama-pandemi-covid-19-penumpang-lrt-sumsel-turun-nyaris-2-kali-lipatt.html>, 2 September 0:18

¹² Arif Dwi Putranto, Suprihatmi Sri Wardiningsih, Suprayitno, "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Moderasi", Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. 18 No. 3 September 2018: 462 – 472, 2018.

¹³ Rizky Andofa Setiawan, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Kepuasan Pelanggan transportasi online Grab pada

positif dan signifikan antara promosi terhadap loyalitas konsumen. Penelitian yang diteliti oleh Soni Suntani Sentiana (2018)¹⁴ menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara promosi terhadap loyalitas konsumen. Penelitian yang diteliti oleh Khalil Patriot Khamza dan Suwardi (2018)¹⁵, diteliti oleh Noorhayati (2018)¹⁶ dan Haryantini (2019)¹⁷ menunjukkan bahwa promosi tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Tabel 1.4
Research Gap Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen

Variabel	Hasil Penelitian	Nama Peneliti
Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen	Berpengaruh	1. Nadia Agustina, Achmad Fauzi DH, Inggang Perwangsa Nuralam (2018) 2. Syaifullah (2018) 3. Rizal Anugerah, Jhonny Tanamal, Enki P.Nainggolan (2019)
	Tidak Berpengaruh	1. Deddy Rakhmad Hidayat , Muhammad Riza Firdaus (2016) 2. Rahmad Irvan, M. Hufron, Siti Aisyah (2017) 3. Erwin (2017)

Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya”, Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen : Volume 7, Nomor 7, Juli, 2018.

¹⁴ Soni Suntani Sentiana, “Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan serta dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan”, Jurnal Vol.2, No 2 (2018) ISSN 2550-0805 E-ISSN 2550-0791.

¹⁵ Khalil P. K dan Suwardi, “Pengaruh Kepuasan Konsumen, Promosi dan Presepsi Harga terhadap Loyalitas Pengguna Kereta Api”, Jurnal Unimus, 2018.

¹⁶ Noorhayati, “ Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu PrabayarTelkomsel (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stie Muara Teweh), Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Vol.12 No.1 Januari 2018

¹⁷ Haryantini, “Pengaruh Citra Merek dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek di Stasiun Depok Jawa Barat”, ISSN NO. (PRINT) 2598-0823, (ONLINE) 2598-2893 Volume 3 • Nomor 1 • Oktober 2019 *Pege (Hal.)* : 46 – 54

Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen yang diteliti oleh Nadia Agustina, Achmad Fauzi DH, Inggang Perwangsa Nuralam (2018)¹⁸, Rizal Anugerah, Jhonny Tanamal, Enki P.Nainggolan (2019)¹⁹ dan Syaifullah (2018)²⁰ menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara kepercayaan terhadap loyalitas konsumen. Penelitian Deddy Rakhmad Hidayat, Muhammad Riza Firdaus (2016)²¹, Rahmad Irvan, M. Hufron, Siti Aisyah (2017)²² dan Erwin (2017)²³ menunjukkan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Tabel 1.5
Research Gap Promosi Terhadap Keputusan Pembelian

Variabel	Hasil Penelitian	Nama Peneliti
Promosi terhadap Keputusan Pembelian	Berpengaruh	1. Banjarnahor, Dahlia A (2018) 2. Sumiarsih, Maskur, Ali (2019) 3. Purnama, Lina, Suyani, dkk (2020)
	Tidak Berpengaruh	1. Diana Yunita Sari, Endang

¹⁸ Nadia Agustina, Achmad Fauzi DH, Inggang Perwangsa Nuralam, “Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Biaya Beralih, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan Survei pada Pengguna Kartu Operator Seluler Simpati pada Mahasiswa UnBraw”, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 64 No. 1 November, 2018.

¹⁹ Rizal Anugerah, Jhonny Tanamal, Enki P.Nainggolan, “ Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Pengiriman Barang Jne Di Kota Palu” Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako Vol. 5, No. 2, Mei 2019, p. 160 - 170 ISSN : 2443-3578 (On Line) / ISSN : 2443-1850 (Print), 2019.

²⁰ Syaifullah, “Pengaruh Kepercayaan dan Komunikasi terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Spectrum Lintas Service di Kota Batam”, JIM UPB Volume 6 No.1, 2018.

²¹ Daddy Rakhmad Hidayat, Muhammad Riza Firdaus, “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Kepercayaan, Citra Perusahaan, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Studi pada Pelanggan Telkom Speedy di Palangka Raya”, Jurnal Wawasan Manajemen, Vol. 2, Nomor3, Oktober, 2016.

²² Rahmad Irvan, M. Hufron, Siti Aisyah, “Pengaruh Kepercayaan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan sebagai Variabel Intervening”, e – Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma, 2017

²³ Erwin, “Kontribusi Kualitas Jasa, Kepercayaan Dan Kepuasan Konsumen Dalam Menciptakan Loyalitas Konsumen”, Jurnal Manajemen Vol.13 (2) : 85-191. Th. 2017 Issn: 1907-0896

		Tjahjaningsih, Kristina Anindita Hayuningtias (2018)
		2. Hasbiyadi, Mursalim, Suartini, dkk (2017)
		3. Nandiroh, Yulihardi, Yolamalinda (2016)

Promosi terhadap Keputusan Pembelian yang diteliti oleh Banjarnahor, Dahlia A (2018)²⁴, Sumiarsih, Maskur, Ali (2019)²⁵, dan Purnama, Lina, Suyani, dkk (2020)²⁶ menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara promosi dan keputusan pembelian. Penelitian Diana Yunita Sari, Endang Tjahjaningsih, Kristina Anindita Hayuningtias (2018)²⁷, Hasbiyadi, Mursalim, Suartini, dkk²⁸ dan Nandiroh, Yulihardi, Yolamalinda (2016)²⁹ menunjukkan bahwa Promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Tabel 1.6
Research Gap Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian

Variabel	Hasil Penelitian	Nama Peneliti
----------	------------------	---------------

²⁴ Banjarnahor, Dahlia A, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Jasa Taksi Blue Bird di Kota Bandung” *Jurnal Manajemen dan Bisnis* Vol 2 No.3/Des, 2018.

²⁵ Sumiarsih, Maskur, Ali, “Pengaruh Citra Merek, Promosi, Kualitas Pelayanan dan Presepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Jasa Ojek Online Studi Kasus Pengguna Gojek Mahasiswa Unisbank Semarang” *Journal of Economic and Management* Vol 8 No 1, 2019.

²⁶ Purnama, Lina, Suyani, Tri, dkk, “Pengaruh Citra merek, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Jasa Online Gojek di Kota Tangerang” *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara* Vol 2, No 1, 2020.

²⁷ Diana Yunita Sari, Endang Tjahjaningsih, Kristina Anindita Hayuningtias “Pengaruh Kualitas Produk, Presepsi Harga, Promosi dan Lokasi terhadap Proses Keputusan Pembelian Kapur Barus Merek Bagus Studi Kasus Konsumen Giant BSB Semarang”, *Jurnal ISBN: 978-979-3649-99-3*, 2018.

²⁸ Hasbiyadi, Mursalim, Suartini, dkk, “Pengaruh Lokasi dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Perumahan VILLA Samata Sejahtera Pada PT. Sungai Saddang Sejahtera”, *Jurnal Ilmiah Bongaya (Manajemen & Akuntansi) Oktober 2017, No. XXII ISSN : 1907 - 5480*

²⁹ Nandiroh, Yulihardi, Yolamalinda, “Pengaruh Penetapan Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda Di Dharmasraya”, *EconomicsJurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Sumbar*, 2016

Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian	Berpengaruh	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nawangsari, Sri, Pramesti, Wahyu Ning (2017) 2. Fitria, Fariza Dewi, Mahfudz (2018) 3. Maharama, Arif Reza, Kholis, Noor (2018)
	Tidak Berpengaruh	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kartika Ayuningtiyas, Hendra Gunawan (2018) 2. Siti Syafiatul, Maduretno (2020) 3. Raden Bagus, Yunus Handoko, Ike Kusdyah (2020)

Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian yang diteliti oleh

Nawangsari, Sri, Pramesti, Wahyu Ning (2017)³⁰ Fitria, Fariza Dewi, Mahfudz (2018)³¹ dan Maharama, Arif Reza, Kholis, Noor (2018)³² menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian dan Penelitian Kartika Ayuningtiyas, Hendra Gunawan (2018)³³, Siti Syafiatul, Maduretno (2020)³⁴ dan Raden Bagus, Yunus Handoko, Ike Kusdyah (2020)³⁵

³⁰ Nawangsari, Sri, Pramesti, Wahyu Ning, “Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Layanan, dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus pada Tokopedia.com”, Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia Vol 4 No. 3, 2017.

³¹ Fitria, Fariza Dewi, Mahfudz, “Pengaruh Citra Merek, Prefensi Konsumen, Word of Mouth, Kepercayaan dan Presepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Jasa Go-Ride studi pada Mahasiswa Universitas Diponegoro”, Diponegoro Journal of Management Volume 7, Nomor 2, 2018.

³² Mahrama, Arif Reza, Kholis, Noor, “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Presepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian Jasa Gojek di Kota Semarang yang di mediasi Minat Beli sebagai Variabel Intervening”, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol 19, No. 2, 2018.

³³ Kartika Ayuningtiyas, Hendra Gunawan, “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Bukalapak Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Batam”, Journal of Applied Business Administration Vol 2, No 1, Maret 2018, hlm. 152-165. e-ISSN:2548-9909

³⁴ Siti Syafiatul, Maduretno, “Pengaruh Kepercayaan, Celebrity Endorser, dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian Pengguna E-Commerce di Kota Semarang”, Prosiding Seminar Nasional Unimus, (Volume 3, 2020)

menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian.

Tabel 1.7
Research Gap Keputusan Pembelian Terhadap Loyalitas Konsumen

Variabel	Hasil Penelitian	Nama Peneliti
Keputusan Pembelian Terhadap Loyalitas Konsumen	Berpengaruh	1. Agusta FS, Della (2018) 2. Ahmaddien, Iskandar, Widiati, Endah (2019) 3. Tri Wulandari, Febriyanti Ella, B.Limbing, Lexi Pranata (2020)
	Tidak Berpengaruh	1. Yunidyawati Azlina, M. Suwandi dan Ahmad Fauzi (2018)

Keputusan Pembelian terhadap Loyalitas Konsumen yang diteliti oleh Agusta FS, Della (2018)³⁶, Ahmaddien, Iskandar, Widiati, Endah (2019)³⁷ dan Tri Wulandari, Febriyanti, B.Limbing, Lexi Pranata (2020)³⁸ menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Keputusan Pembelian terhadap Loyalitas Konsumen dan Penelitian Yunidyawati Azlina, M. Suwandi dan Ahmad Fauzi (2018)³⁹ menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara

³⁵ Raden Bagus, Yunus Handoko, Ike Kusdyah, “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi pada Website laroslaptop.com terhadap Keputusan Pembelian Online, 2020

³⁶ Agusta FS, Della, “Pengaruh Kesenangan Konsumen, Promosi Penjualan dan Keputusan Pembelian terhadap Loyalitas Konsumen”, (Jurnal Edukasi Ekobis) Vol 6, No. 6 JEE, 2018.

³⁷ Ahmaddien, Iskandar, Widiati, Endah, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian terhadap Loyalitas Pelanggan Go Food melalui Variabel Kepuasan”, Jurnal INTEKNA Vol 19 No. 1, 2019.

³⁸ Tri Wulandari, Febriyanti Ella, B.Limbing, Lexi Pranata, “Pengaruh Citra Merek dan Keputusan Pembelian terhadap Loyalitas Pelanggan pada Makapai Penerbangan Lion Air”, Jurnal Hospitality dan Pariwisata Vol 6, No 1, 2020.

³⁹ Yunidyawati Azlina, M. Suwandi dan Ahmad Fauzi “Pengaruh Keputusan Pembelian Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Mie Instan Indomie”, Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen Vol. 1 No. 2018.

Keputusan Pembelian terhadap Loyalitas Konsumen.

Berdasarkan latar belakang di atas sangatlah menarik untuk diteliti, maka penulis mengambil judul **Pengaruh Promosi dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Pengguna Light Rail Transit (LRT) di Kota Palembang dengan Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah yang diteliti adalah:

1. Bagaimanakah pengaruh promosi terhadap loyalitas konsumen menggunakan *Light Rail Transit* di kota Palembang?
2. Bagaimanakah pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas konsumen menggunakan *Light Rail Transit* di kota Palembang?
3. Bagaimanakah pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian menggunakan *Light Rail Transit* di kota Palembang?
4. Bagaimanakah pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian menggunakan *Light Rail Transit* di kota Palembang?
5. Bagaimanakah pengaruh keputusan pembelian terhadap loyalitas konsumen menggunakan *Light Rail Transit* di kota Palembang?
6. Bagaimana pengaruh promosi terhadap loyalitas konsumen melalui keputusan pembelian sebagai variabel Intervening menggunakan *Light Rail Transit* di kota Palembang?

7. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas konsumen melalui keputusan pembelian sebagai variabel Intervening menggunakan *Light Rail Transit* di kota Palembang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Untuk memperoleh hasil analisis mengenai pengaruh promosi terhadap loyalitas konsumen menggunakan *Light Rail Transit* di kota Palembang.
2. Untuk memperoleh hasil analisis mengenai pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas konsumen menggunakan *Light Rail Transit* di kota Palembang.
3. Untuk memperoleh hasil analisis mengenai pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian menggunakan *Light Rail Transit* di kota Palembang.
4. Untuk memperoleh hasil analisis mengenai pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian menggunakan *Light Rail Transit* di kota Palembang.
5. Untuk memperoleh hasil analisis mengenai pengaruh keputusan pembelian terhadap loyalitas konsumen menggunakan *Light Rail Transit* di kota Palembang.

6. Untuk memperoleh hasil analisis mengenai pengaruh promosi terhadap loyalitas konsumen melalui keputusan pembelian sebagai variabel Intervening menggunakan *Light Rail Transit* di kota Palembang.
7. Untuk memperoleh hasil analisis mengenai pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas konsumen melalui keputusan pembelian sebagai variabel Intervening menggunakan *Light Rail Transit* di kota Palembang.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan akan memberikan beberapa kegunaan atau manfaat yaitu antara lain:

1. Bagi Akademis

Diharapkan dapat memberikan informasi tentang jasa transportasi *Light Rail Transit* dan pentingnya mengetahui pengaruh promosi dan kepercayaan terhadap loyalitas konsumen melalui keputusan pembelian.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan referensi dalam melakukan penelitian sejenis yang berkaitan dengan promosi dan kepercayaan terhadap loyalitas konsumen pengguna *Light Rail Transit* di kota Palembang.

3. Bagi Penyedia Jasa Transportasi LRT

Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai promosi dan kepercayaan terhadap loyalitas konsumen pengguna *Light Rail Transit* di kota Palembang.

4. Bagi Penulis

Bagi penulis sendiri bertujuan untuk dapat mengembangkan pengetahuan dan wawasan dalam meningkatkan kemampuan berpikir.

E. Sistematika Penelitian

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan tentang latar belakang masalah penelitian, perumusan masalah penelitian, tujuan dari penelitian, manfaat dari penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Bab ini berisi tentang penjelasan dari beberapa teori sumber referensi buku atau jurnal yang relevan dengan permasalahan yang ingin diteliti, penelitian sebelumnya akan menjadi landasan bagi penulis untuk dapat melakukan penelitian ini serta kerangka pikir teoritis dan juga hipotesis penelitian yang akan diuji.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini akan menjelaskan tentang setting penelitian, desain penelitian, sumber data dan sampel, teknik pengumpulan data, variabel-variabel penelitian serta teknik pengumpulan data (uji asumsi klasik dan uji hipotesis).

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini terdiri dari gambaran umum mengenai objek penelitian, karakteristik responden, data deskriptif, hasil analisis data, hasil pengujian hipotesis, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bab terakhir yang meliputi hasil tujuan dari penelitian yang diteliti penulis. Kesimpulan juga menunjukkan hipotesis mana yang didukung oleh data. Saran-saran yang berisi keterbatasan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran bagi penelitian yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN