



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ekonomi merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Seiring perkembangan zaman, tentu kebutuhan terhadap manusia bertambah. oleh karena itu ekonomi secara terus-menerus mengalami pertumbuhan dan perubahan. Seperti yang kita ketahui, Indonesia merupakan Negara yang apabila kita lihat dari segi ekonominya merupakan Negara yang sedang berkembang dan bergerak menjadi Negara yang maju.

Untuk tercapainya Negara yang maju dan mampu bersaing dengan Negara lainnya, tentunya diperlukan peranan dari pemerintah dan perusahaan - perusahaan besar yang berada di Negara Indonesia. Di era yang semakin canggih dan serba modern ini, suatu perusahaan dalam pencapaian keunggulan dan keuntungan perusahaan secara menyeluruh tidak lepas dari penyediaan produk dan jasa yang berkualitas.

Di Indonesia sendiri, industri jasa pengiriman barang merupakan sebuah prospek usaha yang tingkat pertumbuhan ekonominya bertumbuh pesat dari tahun demi tahun. Hal ini dapat kita lihat dari semakin bertambahnya industri jasa pengiriman barang yang terus bertambah dari waktu ke waktu demi memenuhi kebutuhan perusahaan yang membutuhkan jasa tersebut guna mempermudah proses pengiriman barang.

Bertumbuhnya industri jasa pengiriman barang memberikan dampak positif dalam dunia bisnis di Indonesia, hal tersebut sangat mempermudah dalam proses pendistribusian barang kepada klien atau konsumen dengan praktis. Dalam industri jasa

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



pengiriman barang, hal yang paling penting dan harus di perhatikan adalah kemudahan, keamanan, dan ketepatan waktu dalam proses pengiriman barang sampai ketempat tujuan.

Mengingat konsumen memegang peranan penting untuk menentukan keberhasilan dari suatu perusahaan, maka perusahaan wajib memberikan pelayanan yang terbaik untuk menciptakan kepuasan dari konsumen tersebut. Namun Apakah kualitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen? banyak permasalahan yang dialami jasa pengiriman barang diantaranya Keterlambatan estimasi sampai , barang yang dikirim hilang dalam pengiriman , kesalahan dalam input alamat, lokasi yang terkadang sulit dijangkau oleh konsumen barang sampai dalam keadaan rusak, terkadang ongkir tidak sesuai dengan web yang tertera di web JNE, AWB number yang tidak terlacak di sistem website, waktu pengiriman tidak sesuai dengan waktu yang dijanjikan, pelayanan customer service yang kurang baik dalam melayani konsumen.

Seandainya konsumen puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan, maka kepuasan konsumen juga akan berdampak baik pada perusahaan. Memberikan pelayanan terbaik tentunya akan membuat para pelanggan yang datang merasa nyaman. Terutama pada bisnis jasa pengiriman barang, apabila sebuah *agen* jasa pengiriman barang memperlakukan para pelanggan dengan tidak baik akan membuat beberapa pelanggan yang datang enggan untuk kembali ke agen tersebut.

Jika kualitas jasa yang tak tersampaikan dengan baik dikarenakan karyawan belum terlatih, beban kerja yang melampaui batas, ketidakmampuan untuk memenuhi standar kinerja yang ditetapkan. Maka dari itu setiap perusahaan harus dapat melatih para pekerjanya dengan baik agar pekerja dapat memberikan jasa yang berkualitas agar tidak adanya cara pandang yang tidak sesuai dengan pelanggan sehingga pelanggan



merasa nyaman terhadap apa yang diberikan oleh perusahaan. Dengan adanya kualitas jasa yang diberikan pada konsumen akan menimbulkan loyalitas dari konsumen tersebut sehingga minat beli pelanggan pun akan meningkat dan menciptakan pembelian ulang yang dilakukan oleh konsumen.

Kepercayaan sangat penting bagi konsumen karena kepercayaan akan membantu mengurangi pengorbanan waktu dan dan resiko konsumen terhadap merek. Kepercayaan pada merek akan memungkinkan konsumen untuk menyederhanakan proses pemilihan merek, mengurangi waktu yang diperlukan untuk membuat keputusan pembelian, serta dapat mengurangi pembelian yang tidak pasti. Menurut Rousseau et al.,1998 yang dikutip oleh Akbar dan Parvez, (2009:24) mengatakan bahwa beberapa hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan (*trust*) sangat penting untuk membangun dan membina hubungan jangka panjang. Dengan adanya kepercayaan dapat menciptakan keyakinan dari konsumen untuk membuat keputusan pembelian ulang dan menimbulkan loyalitas konsumen pada suatu produk.

Kepuasan konsumen merupakan faktor utama dalam penilaian kualitas pelayanan. Dalam hal ini konsumen menilai kinerja pelayanan dan merasakan langsung produk suatu layanan. Semakin tinggi kualitas layanan yang dirasakan maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen dan selanjutnya semakin berdampak positif terhadap niat seseorang untuk menyikapi layanan tersebut. Beberapa studi mengemukakan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan (Tjiptono,2001) dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan dan pada akhirnya mempengaruhi loyalitas (Anderson and Sullivan (1993); Cronim and Taylor (1992); Fornell (1992); Oliver (1980) dalam Taslim Bahar 2009).



Memastikan perusahaan jasa ekspedisi yang di pilih sudah profesional dan berpengalaman. Pengalaman adalah guru yang berharga yang telah mengajarkan kita dari masalah. Begitu juga dengan perusahaan angkutan yang akan berurusan dengan bandara dan pelabuhan, seperti pengolahan dokumen-dokumen penting yang berkaitan dengan proses pengiriman. Tidak semua perusahaan ekspedisi memiliki channel untuk pihak terkait yang fungsinya dapat mempercepat pengiriman barang agar pengiriman dapat tiba tepat waktu.

Memilih jasa ekspedisi dengan harga murah tapi bukan murahan. Ketika memilih jasa kargo tidak hanya melihat perusahaan jasa tersebut hanya dengan harga murah yang ditawarkan, semakin murah online seller membayar untuk layanan akan semakin buruk pula pelayanan yang diberikan terutama masalah pengiriman yang memerlukan intervensi dari berbagai pihak sekaligus.

Perkembangan dunia bisnis yang sangat pesat telah berdampak pada semakin banyaknya unit usaha yang membutuhkan jasa pengiriman barang. Jasa pengiriman barang dengan kualitas pelayanan yang baik, harga yang kompetitif dan dapat memenuhi kepuasan pelanggan akan mampu mendorong pelanggannya untuk loyal.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat diperoleh identifikasi masalah yang akan diteliti sesuai dengan batasan kemampuan peneliti, adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas jasa berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
2. Apakah kualitas jasa berpengaruh terhadap kepercayaan?
3. Apakah kualitas jasa berpengaruh terhadap loyalitas konsumen?
4. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen?

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Institusi Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



5. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen?
6. Siapa sajakah pesaing utama JNE di pasar jasa pengiriman barang?
7. Faktor – faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap loyalitas konsumen?

C. Batasan Masalah

Karena luasnya cakupan bidang penelitian, maka penulis perlu membatasi masalah yang akan dibahas dalam penelitian, sebagai berikut:

1. Apakah kualitas jasa berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
2. Apakah kualitas jasa berpengaruh terhadap kepercayaan?
3. Apakah kualitas jasa berpengaruh terhadap loyalitas konsumen?
4. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen?
5. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen?

D. Batasan Penelitian

Dalam melakukan analisis ini, maka penulis harus membatasi penelitian pada :

1. Periode penelitian dilakukan dari bulan Februari sampai dengan Mei 2017.
2. Objek penelitian adalah JNE Apartemen Gading Nias.
3. Subjek penelitian adalah konsumen yang pernah menggunakan jasa JNE dalam kurun waktu satu tahun terakhir.

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah dan berupa batasan penelitian yang telah dibahas sebelumnya, maka rumusan masalah penelitian ini adalah “ Bagaimanakah Pengaruh Kualitas Jasa, Kepercayaan dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen pada JNE Apartemen Gading Nias Kelapa Gading ?”

Hak cipta milik IBI KIK (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Paten Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



F. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui adanya pengaruh :

1. kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen
2. kualitas jasa terhadap kepercayaan
3. kualitas jasa terhadap loyalitas konsumen
4. kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen
5. kepercayaan terhadap loyalitas konsumen

G. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan atas penelitian ini, antara lain:

Bagi Perusahaan:

1. Dapat menjadi gambaran untuk menerapkan strategi yang sebaiknya dilakukan oleh perusahaan dalam mempertahankan loyalitas konsumen pada produk.
2. Dapat menjadi alat masukan bagi perusahaan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas jasa, kepercayaan, dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen JNE.
3. Memperoleh masukan untuk mengantisipasi apa yang diinginkan konsumen pengiriman dan logistik.

Bagi Pembaca:

1. Sistem referensi bagi pembaca selanjutnya yang akan melakukan penelitian terhadap loyalitas konsumen.
2. Sebagai tambahan informasi untuk menambah wawasan terhadap faktor-faktor yang dipertimbangkan dalam melakukan keputusan penggunaan jasa ulang terhadap jasa pengiriman dan logistik.