



BAB I PENDAHULUAN



A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih, hadir pula toko *online* dan *e-commerce* yang membutuhkan kontribusi perusahaan jasa di bidang ekspedisi. Tanpa adanya perusahaan yang menyediakan jasa ekspedisi, semua akan mengalami kesulitan dalam mengirimkan barang, terutama pengiriman jarak jauh seperti pengiriman antar pulau atau antar negara. Adanya jasa ekspedisi menguntungkan berbagai pihak, baik dari perusahaan, pemerintah dan konsumen. Pelaku bisnis juga dapat menghemat biaya pengiriman, karena dengan adanya jasa ekspedisi pelaku bisnis tidak perlu lagi untuk memiliki kendaraan, menyewa supir, menghabiskan ongkos kendaraan, dan juga biaya perawatan kendaraan. Lagi pula dengan adanya jasa ekspedisi ini, keamanan konsumen lebih terjamin karena adanya jaminan keamanan dan garansi dari pihak ekspedisi, dan juga jangkauan yang disediakan oleh jasa ekspedisi lebih luas dan tidak terbatas. Sehingga bagi pemilik bisnis, hal ini akan sangat memudahkan dan menguntungkan dalam melakukan pengiriman barang terutama untuk jangkauan pengiriman barang yang beda pulau.

Tingginya pembelian tentu memberikan dampak yang positif bagi perusahaan di bidang jasa ekspedisi. Dan dengan hadirnya toko *online*, membuka peluang dan kesempatan yang sangat besar bagi perusahaan ekspedisi karena memberikan keuntungan bagi pemilik usaha ekspedisi. Hal ini dibuktikan berdasarkan riset yang dilakukan oleh Nielsen IQ, dimana penggunaan *e-commerce* untuk belanja online di Indonesia sendiri mencapai 32 juta orang pada tahun 2021 (Dahono, 2022). Oleh karena itu jasa ekspedisi ini berperan sangat penting dalam membantu mobilitas pergerakan

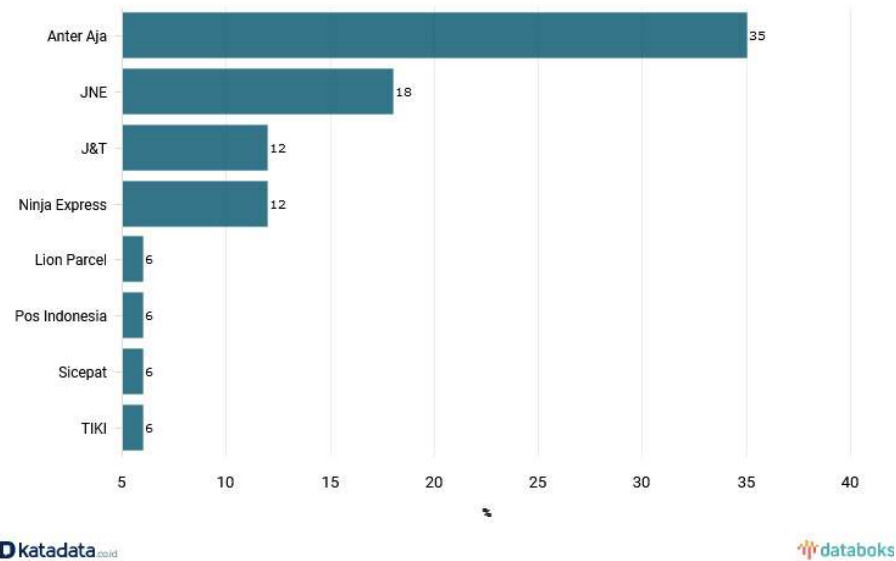
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



barang untuk para masyarakat, dan sangat membantu pemerintah dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Ditambah sekarang semua berada di era digital, dimana semua orang rata-rata melakukan transaksi apapun secara *online*. Peran jasa ekspedisi ini semakin hari semakin dibutuhkan oleh seluruh masyarakat, baik untuk mobilitas dan pengiriman barang dari satu pulau ke pulau lainnya.

Gambar 1.1
Keluhan Perusahaan Jasa Ekspedisi Pada Tahun 2021



Sumber : katadata.co.id (2021)

Berdasarkan data yang diperoleh dari web katadata, data diatas merupakan hasil laporan dari Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), ada sebanyak 3,2% dari 35 aduan mengenai keluhan perusahaan jasa ekspedisi pada tahun 2021. Perusahaan ekspedisi Anteraja menempati posisi pertama dengan aduan konsumen terbanyak yang mencapai 35% dari total aduan. JNE berada di peringkat kedua dengan total 18% dari total aduan, J&T dan Ninja Express berada di peringkat selanjutnya dengan persentase yang serupa yakni 12%, dan ekspedisi seperti Lion Parcel, Pos Indonesia, Sicepat, dan TIKI sebesar 6%. Permasalahan utama terjadinya pengaduan ini adalah karena adanya barang yang hilang sebesar 41%, barang yang tidak boleh diambil oleh kurir sebesar

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.



18%, barang yang tidak sampai ke konsumen sebesar 18%, harga pengiriman yang tidak sesuai sebesar 12%, aduan mengenai rusaknya barang dan estimasi pengiriman yang tidak tepat waktu sebesar 6%. Hadirnya masalah ini, membuat para konsumen lebih berhati-hati dalam memilih jasa yang akan mereka beli, supaya dapat menghindari resiko-resiko terburuk yang dapat menyebabkan kerugian kepada konsumen.

Dengan tingginya tingkat permintaan masyarakat akan penggunaan jasa ekspedisi secara *online* ini, citra merek dan kualitas layanan tentu menjadi prioritas masyarakat dalam memilih dan menentukan jasa ekspedisi yang ingin digunakan oleh konsumen. Hal tersebut menimbulkan persaingan pada perusahaan penyedia jasa ekspedisi dan sejenisnya. Oleh karena itu, perusahaan harus bisa menstabilkan dan meningkatkan pelayanannya, supaya perusahaan bisa membangun citra merek yang bagus dan baik kepada masyarakat. Perusahaan juga harus memiliki strategi yang bagus supaya masyarakat bisa menjadi konsumen yang loyal dan dapat memberikan dampak *Word Of Mouth* yang positif bagi konsumen lainnya. Konsumen tentu akan merasa sangat puas, apabila pihak ekspedisi melakukan pengiriman secara tepat waktu, memberikan pelayanan yang terbaik dan yang terpenting adalah pada saat penerimaan barang, barang yang diterima konsumen tidak mengalami cacat. Hal - hal tersebut memberikan pengaruh besar yang secara tidak langsung mempengaruhi para konsumen dalam pemilihan jasa ekspedisi yang akan konsumen gunakan.

Hadirnya beberapa perusahaan ekspedisi seperti JNE, J&T, SiCepat, Ninja Express, Anteraja, dan masih banyak lainnya, membuat perusahaan-perusahaan ini harus bisa bersaing untuk memberikan pelayanan yang terbaik dan menciptakan citra merek perusahaan yang bagus untuk para masyarakat. Sebelum memutuskan untuk menggunakan jasa ekspedisi, para konsumen tentu akan mencari informasi mengenai

Hak Cipta 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 IBKKG.

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



jasa ekspedisi yang akan mereka gunakan, melalui *Word Of Mouth* (WOM), citra merek, dan kualitas layanan yang diberikan oleh jasa ekspedisi.

Ⓒ Keputusan konsumen merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan, karena hal tersebut menentukan dan mempengaruhi pendapatan perusahaan. Keputusan yang dilakukan konsumen dalam memilih jasa ekspedisi adalah satu keputusan yang dibuat setelah mempertimbangkan berbagai hal yang pada akhirnya membuat konsumen memiliki kepercayaan terhadap pihak jasa ekspedisi yang dipilih. Termasuk dalam pemilihan pihak ekspedisi pada saat melakukan transaksi belanja *online*, para konsumen tentu akan menggunakan jasa ekspedisi yang memiliki citra merek dengan kualitas layanan yang terbaik. Ditambah dengan peningkatan belanja *online* setiap tahunnya, yang membuat pihak jasa ekspedisi harus terus meningkatkan layanannya supaya para konsumen tetap merasa puas dan akan menggunakan pihak ekspedisi tersebut secara terus-menerus. Ditambah dengan banyaknya saingan, yang membuat pihak jasa ekspedisi harus benar-benar memperhatikan perusahaan mereka. Apalagi dengan adanya *e-commerce* seperti Shopee dan Tokopedia, permintaan akan penggunaan jasa ekspedisi terus meningkat yang terkadang membuat para pihak jasa ekspedisi terpaksa harus mengalami keterlambatan pengiriman barang.

Terkait dengan proses pemilihan jasa ekspedisi, para konsumen biasanya akan mencari informasi mengenai pihak ekspedisi melalui konsumen lainnya yang telah menggunakan pihak jasa ekspedisi. Hal ini dikarenakan informasi yang diperoleh dari konsumen yang telah menggunakan pihak jasa ekspedisi lebih tepat karena sudah memiliki pengalaman sebelumnya. Maka dari itu, sebuah perusahaan harus memiliki strategi *marketing* yang efektif dan efisien untuk mendapatkan konsumen yang baru serta dapat mempertahankan loyalitas konsumen yang lama. Salah satu teknik yang dapat diterapkan adalah *Word Of Mouth*, pengertian *Word Of Mouth* adalah sebuah pernyataan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang menyalin 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.

yang bersifat positif atau negatif yang dibuat oleh calon atau mantan konsumen mengenai produk atau perusahaan, yang bisa diketahui oleh banyak orang melalui internet (Boardman, et al., 2019 : 174). Teknik ini efektif untuk menarik konsumen, selain mudah dan sederhana, teknik ini juga relatif murah dibandingkan teknik *marketing* lainnya. Apalagi dengan adanya kemajuan teknologi dan informasi yang begitu pesat, *Word Of Mouth* juga dapat dilakukan melalui media sosial. Perusahaan juga harus memperhatikan kepuasan konsumen dan pelanggan mereka, karena sekarang ini penyebaran *Word Of Mouth* oleh konsumen dapat tersebar dengan begitu cepat. Ditambah dengan adanya internet, komentar yang diberikan konsumen bisa saja memberikan dampak positif dan negatif terhadap perusahaan. Maka dari itu, perusahaan harus berhati-hati untuk menghindari adanya komentar buruk yang nantinya dapat berpengaruh terhadap citra merek perusahaan.

Selain *Word Of Mouth*, citra merek perusahaan juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian jasa ekspedisi. Untuk membentuk citra merek yang bagus, perusahaan jasa harus memiliki keunggulan atau kelebihan. Citra merek perusahaan yang baik nantinya akan melekat di benak para konsumen apabila konsumen merasa puas dengan layanan jasa yang diberikan. Citra merek bukan hanya sekedar nama atau simbol suatu perusahaan melainkan adalah elemen kunci dalam hubungan antara perusahaan dengan konsumennya (Sitorus, et al., 2020 : 105). Citra merek menjadi suatu penentu dari suatu pembelian atau penggunaan jasa, selain itu citra merek yang baik akan meningkatkan volume penggunaan suatu jasa atau produk. Pendorong terciptanya citra merek perusahaan yang baik salah satunya adalah kualitas layanan. Selain itu cara membentuk citra merek perusahaan yang baik adalah dengan memiliki visi misi perusahaan yang jelas sejak awal perusahaan didirikan, menjalin interaksi yang baik antar karyawan maupun konsumen, menerima *feedback* dari pihak internal maupun pihak eksternal, dan

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.



membangun solidaritas antar karyawan. Di samping citra merek perusahaan, kualitas layanan perusahaan juga sangat berpengaruh dalam keputusan pemilihan jasa ekspedisi. Hadirnya berbagai macam penyedia jasa ekspedisi mengharuskan perusahaan untuk bersaing dalam memberikan kualitas pelayanan yang terbaik kepada para konsumen. Citra merek perusahaan bisa menjadi lebih baik apabila kualitas layanan yang diberikan memenuhi ekspektasi para konsumen. Maka dari itu penting sekali bagi perusahaan jasa ekspedisi untuk mengevaluasi kepuasan layannya terhadap para konsumen.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian seorang konsumen adalah kualitas layanan. Kualitas layanan merupakan hal yang sangat diperhatikan oleh konsumen sebelum memutuskan sebuah keputusan. Dengan adanya kualitas yang baik dalam sebuah perusahaan, tentu akan menciptakan suatu kepuasan dan perasaan yang berkesan bagi para konsumennya. Kualitas layanan merupakan pendorong utama bagi kepuasan konsumen, ada 5 faktor penentu kualitas layanan yaitu, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan berwujud. Untuk memberikan kesan yang bagus terhadap konsumen, perusahaan harus berusaha untuk memberikan layanan yang unggul pada kelima dimensi tersebut, sambil berfokus terhadap layanan yang paling dihargai oleh konsumen (Kotler, 2021 : 790). Ketika konsumen merasa puas akan jasa yang didapat dan diterima, maka konsumen akan melakukan perbandingan produk atau jasa. Apabila sudah merasa benar-benar puas, maka konsumen akan membeli ulang dan bahkan merekomendasikan produk atau jasa produk yang digunakannya ke orang lain untuk membelinya di tempat yang sama. Oleh karena itu, perusahaan harus meningkatkan dan mengevaluasi tingkat kualitas pelayannya terhadap konsumen. Karena kualitas layanan sebuah perusahaan dapat memberikan pengaruh terhadap citra merek sebuah perusahaan dan memberikan dampak baik dari sisi positif maupun negatif untuk kedepannya.

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



Maka dari itu, berdasarkan data diatas dan latar belakang yang dikemukakan oleh penulis, maka penulis memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian ini yang berjudul **“Pengaruh *Word Of Mouth*, Citra Merek, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Jasa Ekspedisi Anteraja”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti mengidentifikasi beberapa masalah dari penelitian sebagai berikut ini:

1. Apakah *Word Of Mouth* memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen jasa ekspedisi Anteraja?
2. Apakah Harga memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen jasa ekspedisi Anteraja?
3. Apakah Citra Merek Perusahaan memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen jasa ekspedisi Anteraja?
4. Apakah Promosi memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen jasa Ekspedisi Anteraja?
5. Apakah Kualitas Layanan memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen jasa ekspedisi Anteraja?

C. Batasan Masalah

Batasan masalah penelitian yang ditetapkan oleh peneliti untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Word Of Mouth* memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen jasa ekspedisi Anteraja?
2. Apakah Citra Merek Perusahaan memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen jasa ekspedisi Anteraja?

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

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.



D. Batasan Penelitian

Batasan penelitian yang ditetapkan peneliti dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Obyek yang diteliti adalah *Jasa Ekspedisi Anteraja*.
2. Subyek dari penelitian ini adalah Konsumen pengguna jasa ekspedisi Anteraja.
3. Periode penelitian dilakukan mulai tahun Oktober 2022 – Februari 2023.
4. Wilayah penelitian di DKI Jakarta.

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan penelitian di atas, maka rumusan masalah yang ditetapkan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah “*Apakah Word Of Mouth, Citra Merek, Dan Kualitas Layanan Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Jasa Ekspedisi Anteraja?*”

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas ini, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Word Of Mouth* terhadap keputusan pembelian konsumen jasa ekspedisi Anteraja.
2. Untuk mengetahui pengaruh Citra Merek terhadap keputusan pembelian konsumen jasa ekspedisi Anteraja.

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.



3. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan terhadap keputusan pembelian konsumen jasa ekspedisi Anteraja.



G. Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi siapapun baik secara praktis maupun teoritis sebagai berikut ini:

Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi perusahaan dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap keberadaan jasa ekspedisi Anteraja, serta meningkatkan kualitas layanan yang lebih baik dalam menyempurnakan strategi pemasaran jasa ekspedisi Anteraja.

2. Manfaat Teoritis

a. Bagi Pembaca

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi pembaca mengenai pengaruh *Word Of Mouth*, Citra Merek, dan Kualitas Layanan terhadap keputusan pembelian jasa ekspedisi Anteraja.

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.