

## BAB I

### PENDAHULUAN



Hak cipta milik IBI KKG (Insitut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### A Latar Belakang Masalah

Saat ini perkembangan industri jasa pengiriman mengalami peningkatan yang sangat pesat. Era globalisasi menuntut manusia untuk memiliki mobilitas yang tinggi. Sejak diberlakukannya pasar bebas di Indonesia, pendirian arus perdagangan barang atau jasa menjadi tidak terbatas. Kebutuhan akan jasa pengiriman barang semakin meningkat untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam sehari sehari.

Keberadaan jasa pengiriman barang tidak hanya memudahkan masyarakat umum namun juga bagi pelaku bisnis. Para pelaku bisnis, terutama pelaku bisnis *online* atau *e-commerce* menggunakan jasa pengiriman barang untuk mengirimkan barang untuk *customer*nya ke seluruh Indonesia hingga ke luar negeri. Jumlah peminat bisnis belanja *online* pun semakin hari terus meningkat. Hal ini menjadikan jasa pengiriman memiliki hubungan erat dengan para pelaku bisnis. Melihat banyaknya jasa pengiriman barang yang ada di Indonesia membuat para pelaku bisnis perlu memilih dan menentukan jasa pengiriman yang tepat untuk digunakan. Melakukan penelitian terhadap jasa pengiriman yang akan digunakan penting dilakukan untuk mengetahui kredibilitas jasa pengiriman yang ada. Selain itu, pelayanan yang profesional, kecepatan pengiriman, biaya pengiriman, serta kemudahan dalam menggunakannya.

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.



Persaingan dalam industri jasa pengiriman semakin ketat, dimana hal ini mendorong pelaku bisnis untuk lebih jeli melihat peluang dan ancaman bagi perusahaan khususnya bagi perusahaan yang bersaing dalam satu industri sejenis. Selanjutnya, konsumen akan menentukan dan memutuskan untuk membeli jasa yang sesuai dengan kebutuhannya. Menurut Kotler dan Keller (2009), konsumen adalah semua individu dan rumah tangga yang membeli atau memperoleh barang atau jasa untuk dikonsumsi pribadi. Untuk memenuhi kebutuhan konsumen perusahaan perlu meyakinkan konsumen untuk membeli jasa perusahaan yang ditawarkan.

Perusahaan bersaing dengan perusahaan perusahaan lainnya yang bergerak di industri yang sama. Perusahaan dapat melakukan strategi bersaing yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen atas produk/jasa yang ditawarkan. Kebutuhan dan keinginan konsumen yang senantiasa selalu berubah seiring berjalannya waktu dan pada umumnya manusia selalu tertarik dengan hal hal yang baru sehingga para pelaku bisnis berupaya untuk melakukan inovasi baru atas produk produk yang sudah ada untuk membedakan diri dari pesaing dan bersaing dengan para pesaingnya agar dapat bertahan dipasar.

Setiap pelaku bisnis pasti menghadapi kompetisi pasar dan mereka menyusun strategi untuk memenangkan persaingan tersebut. Mengingat bahwa semakin banyak perusahaan yang bergerak di bidang usaha yang sama, khususnya di kota Jakarta. untuk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



Hak cipta milik IBI KKG (Institut 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.



dapat meraih kesuksesan, banyak cara yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan loyalitas pelanggannya seperti kecepatan layanan, kecepatan pengiriman barang, kemasan yang rapi, harga yang terjangkau dan lokasi yang mudah dijumpai, sehingga mampu menjadikan nilai tambah bagi perusahaan untuk menjangkau target pasarnya. Tujuan dari suatu bisnis adalah menciptakan kepuasan konsumen. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis sehingga memberikan dasar yang baik bagi pelanggan dalam melakukan pembelian ulang dan terciptanya kesetiaan terhadap suatu merek serta membuat rekomendasi dari mulut ke mulut (word of mouth) yang menguntungkan perusahaan (Tiptono 2000:25)

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007:177). yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali di kemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan.

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

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



Menurut Kotler (2012) kualitas pelayanan adalah sebuah kinerja yang dapat ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain. Kinerja ini dapat berupa tindakan yang tidak

berwujud serta tidak berakibat pada kepemilikan barang apapun dan terhadap siapapun. Poin utamanya adalah pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh seorang penjual kepada pembeli/konsumennya demi memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Perilaku tersebut bertujuan pada tercapainya kepuasan pelanggan itu sendiri. Sebuah pelayanan dapat dilakukan pada saat konsumen memilih produk maupun setelah selesai melakukan transaksi pembelian produk. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan dampak yang baik pula bagi perusahaan karena akan menjadi pelanggan yang royal dan memberikan keuntungan bagi perusahaan.

Menurut (Philip Kotler, 2008:345). Harga (price) adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Harga memiliki fungsi sebagai alat ukur nilai suatu barang, cara membedakan suatu barang, menentukan jumlah barang yang akan diproduksi dan pembagiannya kepada konsumen. Harga juga menjadi salah satu acuan bagi konsumen dalam menilai kualitas suatu barang atau jasa serta Membantu konsumen dalam pengambilan keputusan berkaitan dengan manfaat produk dan daya beli konsumen.

Menurut swastha (2002:24) “Lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan”. Faktor penting dalam pengembangan suatu usaha adalah letak lokasi terhadap daerah perkotaan, cara pencapaian dan waktu tempuh lokasi ke tujuan. Faktor lokasi yang baik adalah relatif untuk setiap jenis usaha yang berbeda. Sedangkan menurut Kotler (2008:51) “salah satu kunci menuju sukses adalah lokasi, lokasi dimulai dengan memilih

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

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 IBIKKG.

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



komunitas”. Keputusan ini sangat bergantung pada potensi pertumbuhan ekonomis dan stabilitas, persaingan, iklim, politik, dan sebagainya.

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

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

**Gambar 1.1**

**TOP BRAND INDEX FASE 2 TAHUN 2018  
KATEGORI JASA KURIR**

JNE	:	45,0%	TOP
J&T Express	:	13,9%	TOP
Tiki	:	13,6%	TOP
Pos Indonesia	:	11,6%	
DHL	:	3,5%	

Sumber: Majalah Marketing Edisi 07/XVIII/JULI 2018

(Sumber : [www.detik.com](http://www.detik.com))

Berdasarkan gambar 1.1, dikatakan bahwa jumlah penggunaan *jasa pengiriman* pada tahun 2018 yaitu sebesar 87,6%. Terlihat bahwa J&T menempati posisi ke 2 dengan jumlah pemakaian sebesar 13,9 % dan TIKI menempati posisi ke 3 dengan jumlah pemakaian 13,6 %. Dari data di atas dikatakan bahwa jasa pengiriman J&T dan TIKI masuk ke dalam kategori 5 brand jasa pengiriman terbesar di Indonesia. ([www.detik.com](http://www.detik.com))

Diantara ragam jasa pengiriman yang ada di Indonesia peneliti tertarik meneliti jasa pengiriman TIKI dan J&T sebagai objek penelitian dikarenakan TIKI merupakan jasa pengiriman yang sudah masuk kedalam Indonesia 49 tahun lamanya, dimulai pada tahun 1970, saat ini TIKI telah memiliki lebih dari 450 cabang, 3000 gerai dan melayani 453 kabupaten atau kota dan 98% kode pos di seluruh Indonesia. Sedangkan J&T adalah jasa pengiriman



yang mengalami pertumbuhan sangat cepat di Indonesia dimulai pada tahun 2015, memiliki 1.025 gerai cabang di Indonesia, 10,000 spinter (kurir) dan 1.000 unit mobil di seluruh

Indonesia.

Selain itu jasa pengiriman TIKI dan J&T dalam meningkatkan kualitas layannya memberikan pelayanan yang bervariasi dan beragam. Hal ini di dukung dari kebutuhan dan keinginan konsumen yang berbeda antara satu konsumen dengan yang lainnya yang membuat para pelaku bisnis berlomba untuk memberikan pelayanan yang terbaik terhadap layanan jasa yang dapat memenuhi harapan para pelanggannya karena masing masing konsumen memiliki dasar pertimbangan yang berbeda dalam mengambil keputusan.

Peneliti juga melakukan pra-penelitian untuk mencari masalah masalah yang akan terjadi dengan perusahaan jasa pengiriman. Peneliti melakukan pra-penelitian dengan menyebarkan survey masalah kepada 30 orang responden pengguna jasa pengiriman TIKI dan J&T. Pra-penelitian dilakukan untuk mengetahui permasalahan yang dialami konsumen pengguna jasa pengiriman.

Tabel 1.1

Data pengguna jasa pengiriman TIKI dan J&T

Resp	Jenis Kelamin	Umur	TIKI	J&T
1	Laki Laki	≤ 36 tahun	√	
2	Perempuan	18-25 tahun		√

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.



3	Perempuan	26-35 tahun		√
1	Laki Laki	18-25 tahun	√	
	Perempuan	18-25 tahun		√
	Perempuan	26-35 tahun	√	
	Perempuan	18-25 tahun		√
	Perempuan	18-25 tahun		√
	Perempuan	26-35 tahun		√
	Laki Laki	18-25 tahun		√
	Perempuan	26-35 tahun		√
	Perempuan	26-35 tahun		√
	Perempuan	18-25 tahun	√	
10	Laki Laki	18-25 tahun		√
11	Perempuan	26-35 tahun		√
12	Perempuan	26-35 tahun		√
13	Laki Laki	18-25 tahun	√	
14	Perempuan	18-25 tahun		√

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip, sebahagian 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 sebahagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



		tahun		
		26-35		
	Perempuan	tahun		√
	Perempuan	18-25 tahun	√	
	Perempuan	26-35 tahun		√
	Perempuan	18-25 tahun		√
	Laki Laki	18-25 tahun		√
	Laki Laki	18-25 tahun	√	
	Laki Laki	26-35 tahun		√
	Laki laki	18-25 tahun		√
	Perempuan	18-25 tahun		√
	Perempuan	18-25 tahun		√
	Laki Laki	18-25 tahun		√

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut 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:  
5 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- 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.



26	☉ Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)	Laki Laki	18-25 tahun		√
27	Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang	Laki Laki	18-25 tahun	√	
	Dilarang menyalin atau seluruhnya atau sebagian atau sebagian	Laki Laki	≤ 36 tahun	√	
		Perempuan	18-25 tahun		√
		Laki laki	18-25 tahun		√

Sumber: Hasil survey responden November 2019

Dari hasil tersebut, peneliti menggunakan 30 responden yang terdiri dari 13 laki laki dan 17 perempuan. Kemudian peneliti membatasi usia responden dari usia  $\geq 17$  tahun sampai usia  $\leq 36$  tahun, dimana ditemukan usia 18-25 tahun berjumlah 22 responden, usia 26-35 tahun berjumlah 6 responden dan usia  $\geq 36$  tahun berjumlah 2 responden. Dari hasil pra penelitian diatas menunjukkan bahwa 7 responden memilih menggunakan jasa pengiriman TIKI sebagai jasa pengiriman pilihannya, sedangkan 23 responden memilih menggunakan jasa pengiriman J&T sebagai jasa pengirimannya.

- 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.



**Tabel 1.2**

**Hasil Pra Penelitian**

No	Pernyataan	Ya	Tidak	total	%
<b>Halit</b>					
<b>Layanan</b>					
	Pengemasan paket yang rapi dan aman	8	22	30	73%
	Pelayanan ramah dan sopan dalam menangani kebutuhan pelanggan	8	22	30	73%
	Proses pengiriman yang cepat dan tepat waktu	7	23	30	77%
<b>Harga</b>					
	Harga yang ditawarkan sesuai dengan layanan yang diberikan	9	21	30	70%
	Harga yang ditawarkan terjangkau	9	21	30	70%
	Harga dapat bersaing dengan pesaing	4	26	30	87%
<b>Lokasi</b>					
	Lokasi gerai mudah di temui dimana saja	10	20	30	67%
	Kondisi gerai bersih dan rapi	7	23	30	77%
	Gerai luas dan nyaman bagi kunjungan pelanggan	5	25	30	83%
<b>Promosi</b>					
1	Iklan mudah ditemui dan menarik perhatian	25	5	30	17%
2	Promosi yang diberikan banyak dijumpai	25	5	30	17%
3	Promosi yang diberikan bervariasi tergantung kebutuhan pelanggan	28	2	30	7%

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa menaungi 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.



Kepuasan Konsumen					
<b>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</b> 1. Dilarang menyalin, mengutip, atau seluruhnya atau sebagian tanpa izin IBIKKG. 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.	Jasa pengiriman memberikan pelayanan yang memuaskan dibandingkan dengan jasa pengiriman yang lain	10	20	30	67%
	Jasa pengiriman memberikan pengalaman yang memuaskan sehingga saya akan merekomendasikan kepada orang lain	7	23	30	77%
	Jasa pengiriman memberikan pelayanan yang memuaskan sehingga saya akan menggunakannya terus menerus	7	23	30	77%

Sumber : hasil pra penelitian 30 responden terhadap bauran pemasaran 4P

Menurut hasil pra-penelitian, peneliti dapat menyimpulkan bahwa para konsumen TIKI dan J&T di wilayah Kelapa Gading masih puas terhadap jasa pengiriman TIKI dan J&T, karena dilihat kurang menarik dari segi kualitas layanan, harga yang masih belum terjangkau, dan lokasi yang belum memadai yang mempengaruhi kurangnya kepuasan konsumen dalam penggunaan jasa pengiriman TIKI dan J&T.

Peneliti memberikan asumsi bahwa indikator pertanyaan tersebut menjadi masalah dalam penelitian ini bila persentase masalah mencapai  $\geq 67\%$ . Dari hasil pra penelitian tersebut, peneliti menemukan banyak masalah yang terjadi. Untuk variable kualitas layanan, permasalahan yang paling banyak dibahas adalah Proses pengiriman yang cepat dan tepat waktu dengan persentase 77%, Pengemasan paket yang rapi dan aman dan Pelayanan ramah dan sopan dalam menangani kebutuhan pelanggan dengan persentase 73%. Kemudian dari sisi variable harga masalah yang menjadi keluhan konsumen adalah harga yang tidak sesuai



dengan tawaran jasa yang diberikan dan harga belum terjangkau dengan persentase 70%. Lalu untuk variable lokasi ditemukan masalah yaitu sulitnya dalam menemukan gerai toko dengan persentase 67% dan lokasi gerai yang kurang bersih dengan persentase 77% serta keluhan terbesar pada variable lokasi adalah gerai yang tidak luas dan tidak nyaman bagi pengunjung dengan persentase 87%.

Dari berbagai hasil penelitian tentang variabel variabel diatas maka dapat diketahui bahwa tingkat kepuasan konsumen masih sangat rendah yang dimana telah dilakukan survey oleh peneliti dengan persentase konsumen tidak merasa puas dengan layanan dan pengalaman yang diberikan oleh jasa pengiriman tersebut dengan persentase 67% dan 77%.

Melihat perilaku masyarakat pada saat ini terdapat 3 hal penting yang menjadi pertimbangan masyarakat dalam meningkatkan kepuasan konsumen jasa pengiriman yaitu kualitas pelayanan, harga dan lokasi. Kualitas pelayanan ini menjadi penting karena akan berdampak langsung pada citra perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik akan menjadi sebuah keuntungan bagi perusahaan. Jika suatu perusahaan sudah mendapat nilai positif di mata konsumen, maka konsumen tersebut akan memberikan *feedback* yang baik, serta bukan tidak mungkin akan menjadi pelanggan tetap atau *repeat buyer*. Maka dari itu, sangat penting untuk mempertimbangkan aspek kepuasan konsumen terkait kualitas pelayanan yang diberikan. Jenis-jenis pelayanan yang dapat diberikan misalnya berupa kemudahan, kecepatan, kemampuan, dan keramah tamahan yang ditunjukkan melalui sikap dan tindakan langsung kepada konsumen.

Harga merupakan salah satu unsur variabel non produk yang paling sensitif bagi konsumen karena mempunyai peranan penting di mata konsumen sebagai pertimbangan dalam



loyalitas konsumen terhadap suatu produk. Dari sudut pandang pemasaran, harga merupakan ukuran atau nilai dari barang atau jasa yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau

penggunaan suatu barang atau jasa. Menurut Kotler (2001), harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Sedangkan menurut Stanton (dikutip oleh Basu Swastha, 2000) harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk jika mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Penetapan harga harus diarahkan demi tercapainya tujuan perusahaan.

Lokasi merupakan letak toko atau pengecer pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimalkan laba. Dalam Lamb (2001) menyatakan bahwa memilih lokasi yang baik merupakan keputusan yang penting. Pertama, karena tempat merupakan komitmen sumber daya jangka panjang yang dapat mengurangi fleksibilitas masa depan usaha, apakah lokasi tersebut telah dibeli atau hanya disewa. Kedua, lokasi akan mempengaruhi pertumbuhan di masa depan. Area yang dipilih haruslah mampu untuk tumbuh dari segi ekonomi sehingga ia dapat mempertahankan kelangsungan hidup usaha. Dan yang terakhir, lingkungan setempat dapat berubah setiap waktu, jika nilai lokasi memburuk, maka lokasi usaha harus dipindahkan atau ditutup. Pemilihan lokasi merupakan faktor bersaing yang penting dalam usaha menarik pelanggan (Kotler, 2007).

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis akan melakukan penelitian sederhana berkaitan dengan hal topik : “ Analisis pengaruh kualitas layanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada TIKI dan J&T di wilayah Jakarta Utara “



## B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan hasil pra penelitian yang sudah dijelaskan pada latar belakang masalah diatas, dari tiga variable yang telah peneliti lakukan, maka dapat diperoleh identifikasi masalahnya adalah sebagai berikut :

1. Kualitas layanan yang ditawarkan belum maksimal.
2. Harga yang ditawarkan belum cukup terjangkau.
3. Kondisi Lokasi yang kurang optimal.
4. Kepuasan konsumen yang belum maksimal.

Berdasarkan indikator indikator yang menjadi masalah di atas, selanjutnya indikator tersebut dimasukkan ke dalam variable penelitian dan hasilnya adalah sebagai berikut :

1. Kualitas layanan merupakan variabel untuk menampung indikator satu
2. Harga merupakan variabel untuk menampung indikator dua
3. Lokasi merupakan variabel untuk menampung indikator tiga
4. Kepuasan konsumen merupakan variabel untuk menampung indikator empat

Berdasarkan variable variable tersebut maka dibuatlah pertanyaan pertanyaan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada TIKI dan J&T ?
2. Apakah Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada TIKI dan J&T ?
3. Apakah Lokasi berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada TIKI dan J&T ?

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



Untuk membuktikan pengaruh antar variabel dalam penelitian ini maka akan didukung oleh Gap Research yang dapat dilihat pada tabel 1.3.

1. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Wael Rahhal and Gi Tae Yeo , Vinh V. Thai, Sae Yeon Roh . Hal ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurul Qomariah yang menunjukkan Kualitas Layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen.
2. Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Jin-Woo Park , Yu-Jin Choi , Woo-Choon Moon dan Prof. Dr. Muhammad Elwan Malik, Muhammad Mudasar Ghafoor, dan Hafiz Kashif Iqbal. Tetapi hal ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tagor M.P Panjaitan yang menyatakan bahwa Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen
3. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh afifudin. Hal ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Grace Marleen Wariki, Lisbeth Mananeke, dan Hendra Tawas yang menunjukkan Lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen

Tabel 1.3

Gap Research

No	Permasalahan/Isu	Gap Riset	Peneliti	Hasil Peneliti
1	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap	Terdapat perbedaan pendapat mengenai hubungan Kualitas	Wael Rahhal (2015) and Gi Tae Yeo , Vinh V.	Kualitas Layanan berpengaruh signifikan



<p>Kepuasan Konsumen</p> <p><b>Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</b></p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p>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.</p> <p>2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.</p>	<p>Layanan terhadap Kepuasan Konsumen</p>	<p>Thai, Sae Yeon Roh (2015)</p>	<p>terhadap Kepuasan Konsumen</p>
		<p>Nurul Qomariah (2011)</p>	<p>Kualitas Layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen</p>
<p>pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen</p> <p><b>Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian</b></p>	<p>Terdapat perbedaan pendapat mengenai hubungan Harga terhadap kepuasan Konsumen</p>	<p>Jin-Woo Park , Yu-Jin Choi , Woo-Choon Moon (2013) dan Prof. Dr. Muhammad Ehsan Malik, Muhammad Mudasar Ghafoor, dan Hafiz Kashif Iqbal (2012)</p>	<p>Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen</p>



<p>Tagor M.P Panjaitan (2012)</p>	<p>Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen</p>
<p>afifudin (2016)</p>	<p>Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen</p>
<p>Grace Marleen Wariki, Lisbeth Mananeke, dan Hendra Tawas (2015)</p>	<p>Lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen</p>

**C**

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

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

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



### C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang ditemukan, penulis membatasi masalah – masalah yang akan diteliti, antara lain:

1. Bagaimana tanggapan konsumen terhadap kualitas layanan pada TIKI dan J&T ?
2. Bagaimana tanggapan konsumen terhadap harga pada TIKI dan J&T ?
3. Bagaimana tanggapan konsumen terhadap lokasi pada TIKI dan J&T?

### D. Batasan Penelitian

Agar penelitian ini lebih terarah, maka penulis membuat batasan penelitian sebagai berikut:

1. Objek penelitian adalah *jasa pengiriman TIKI dan J&T*.
2. Subjek penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan jasa pengiriman TIKI dan J&T.
3. Variabel yang diteliti yaitu *Kualitas layanan, harga dan lokasi*. Periode penelitian yaitu Oktober 2019 hingga Januari 2020.

### E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas, masalah penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

“Bagaimana pengaruh kualitas layanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen jasa pengiriman TIKI dan J&T di wilayah Jakarta Utara?”

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.



## F. Tujuan Penelitian

© Tujuan dari adanya penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *kualitas layanan* terhadap Kepuasan Konsumen pada jasa pengiriman TIKI dan J&T.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Harga* terhadap Kepuasan Konsumen pada jasa pengiriman TIKI dan J&T.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Lokasi* terhadap Kepuasan Konsumen pada jasa pengiriman TIKI dan J&T.

## G. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis
  - Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk menambah pengetahuan berdasarkan hasil penelitian di bidang ilmu Manajemen Pemasaran, terutama yang berkaitan dengan faktor faktor yang memengaruhi *kualitas layanan, harga, dan lokasi* untuk mendukung terbentuknya *kepuasan konsumen* yang kuat pada penggunaan jasa pengiriman TIKI dan J&T
2. Manfaat Praktis
  - Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan perbaikan bagi manajemen pemasaran di wilayah kelapa gading mengenai kelemahan kelemahan kualitas layanan , harga, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut 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.

- Peneliti ini juga diharapkan bisa menjadi pengetahuan tambahan bagi masyarakat luas dan dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya.

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

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

