

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kebutuhan pengiriman barang telah menjadi kebutuhan utama setiap individu. Semua individu membutuhkan pengiriman barang yang cepat dan aman untuk memastikan barang yang dikirimkan sampai pada waktu dan tempat yang tepat. Dalam kegiatan pemasaran pengiriman barang setiap perusahaan terus melakukan perubahan dengan cara meningkatkan layanan. Oleh karena itu kepuasan pelanggan dan loyalitas menjadi tujuan utama para perusahaan dan nantinya akan berdampak positif pada pelanggan dan pelanggan tersebut menjadi loyal dan akan melakukan penggunaan jasa pengiriman secara jangka panjang. Kondisi seperti ini mengharuskan setiap perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa untuk senantiasa melakukan berbagai strategi agar dapat merebut hati pelanggan. Kondisi persaingan tersebut menuntut kombinasi strategi pemasaran yang tepat, untuk mencapai pasar sasaran yang meliputi pasar pelanggan sekarang dan pasar pelanggan baru.

Tabel 1.1
TOP BRAND AWARD KATEGORI JASA KURIR 2015

| Brand | TBI | | | TOP BRAND AWARD |
|---------------|--------|--------|--------|-----------------|
| | 2013 | 2014 | 2015 | |
| TIKI | 59,6 % | 53,7 % | 45,1 % | TOP |
| JNE | 21,2 % | 28,6 % | 33,2 % | TOP |
| POS INDONESIA | 7,3 % | 8,4 % | 8,4 % | |
| DHL | 3,1 % | 4,0 % | 5,5 % | |

Sumber: <http://www.topbrand-award.com>

Berdasarkan data diatas JNE selalu mengalami peningkatan dalam hal *top brand award* dari tahun 2013 dari 21,2% mengalami peningkatan yang besar pada tahun 2014 menjadi 28,6% dan pada tahun 2015 juga mengalami peningkatan yang besar menjadi 33,2%. JNE juga pada tahun 2015 mampu bersaing dengan jasa pengiriman paket ekspedisi lain dengan menempati 33,2% sehingga mampu menjadi *top brand* mengungguli jasa ekspedisi lain yang merupakan jasa pengiriman yang sudah terkenal. JNE hanya terpaut satu peringkat dengan TIKI 45,1% yang merupakan salah satu dari perkembangan devisi dari TIKI. Hal ini menunjukkan bahwa JNE perlu lebih meningkatkan kualitas layanannya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan untuk memperoleh loyalitas pelanggan dan menjadi jasa pengiriman teratas di indonesia.

Jasa pengiriman barang dan perdagangan memiliki hubungan yang saling mempengaruhi. Berkembangnya perdagangan sangat dipengaruhi oleh lahirnya jasa pengiriman barang. Jasa pengiriman juga berperan serta dalam pertumbuhan perdagangan dalam dan luar negeri. Namun, bila konsumen tidak merasa puas dengan kualitas layanan dan harga yang ditawarkan maka pelanggan akan beralih kepada pesaing.

JNE adalah salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang pengiriman barang di Indonesia yang berdiri sejak tahun 1990. Tidak hanya melayani pengiriman barang dalam negeri, JNE juga menyediakan jasa pengiriman barang ke luar negeri. Jaringan JNE yang luas dan layanan yang profesional membantu dalam pendistribusian produk dan meningkatkan daya saing dalam pemasaran sehingga perlu melakukan strategi yang baik untuk mempertahankannya. Strategi yang tepat adalah melalui pemahaman pemasaran

yang berorientasi pada pasar yang mensyaratkan pemahaman yang baik pada perilaku konsumen.

Disamping kualitas layanan kepuasan pelanggan adalah faktor yang menentukan dalam strategi pemasaran perusahaan yang merupakan pertahanan paling baik untuk menghadapi persaingan yang ketat yang menyebabkan perusahaan harus menempatkan perusahaan pada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama, sehingga kini menjadi salah satu penentu suksesnya pemasaran. Dimensi kualitas layanan yang bisa diimplementasikan dengan baik merupakan faktor kunci yang memiliki pengaruh bagi keberhasilan karena dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Pengaruh pengaplikasian kualitas layanan dalam menciptakan kepuasan pelanggan, salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Selvy Normasari (2013;6) yang meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, citra perusahaan dan loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan, variabel kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan, variabel kepuasan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas.

Kualitas layanan selain dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan, loyalitas yang dapat ditentukan langsung oleh ekspektasi pelanggan terhadap produk yang ditawarkan dan di dalam kualitas layanan merupakan bentuk dari perilaku konsumen. Khususnya sebagai variabel yang menjelaskan tentang niat atau minat untuk berbuat di masa yang akan datang. Pengukuran terhadap variabel loyalitas ini dilakukan dengan pendekatan sikap dan perilaku. Menurut Fandy dan Grigorius (2012 : 75) terdapat 5 dimensi yang digunakan dalam menilai

kualitas layanan yaitu :

1. Bukti langsung (*Tangibles*) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari layanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.
2. Keandalan (*Reliability*) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, layanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.
3. Daya tanggap (*Responsiveness*) yaitu kemauan untuk membantu dan memberikan layanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
4. Jaminan (*Assurance*) yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun.
5. Kepedulian (*Emphaty*) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami

kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu untuk pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Berdasarkan uraian tersebut maka penulis ingin melakukan penelitian lebih lanjut tentang “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan JNE Di Surabaya”

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan JNE di Surabaya ?
2. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan JNE di Surabaya ?
3. Apakah Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan JNE di Surabaya ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang diharapkan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan JNE di Surabaya.
2. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan JNE di Surabaya.
3. Untuk menganalisis Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan JNE di Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian kali ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi:

1. Bagi Perusahaan

Dapat mengembangkan dan menambah pengetahuan yang dirumuskan dalam menganalisa masalah yang berhubungan dengan dunia pemasaran yang telah dipelajari dan pengalaman yang berguna bagi perusahaan.

2. Bagi Penyusun

Hasil ini dapat memberikan manfaat serta menambah wawasan bagi penyusun selanjutnya dijadikan sebagai acuan atau bahan referensi dalam memecahkan masalah yang berkaitan dengan masalah yang telah dikaji dalam penelitian.

3. Bagi STIE Perbanas Surabaya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai bahan referensi dalam memecahkan masalah yang berkaitan dengan masalah yang telah dikaji dalam penelitian.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini secara garis besar dibagi kedalam lima bab, dimana setiap bab dibagi menjadi sub – sub bab berisi uraian yang mendukung isi secara sistematis dari setiap bab secara keseluruhan. Adapun sistematika skripsi ini adalah :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan menjelaskan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini diuraikan mengenai penelitian terdahulu, landasan teori yang berhubungan dengan penelitian ini, kerangka penelitian, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini diuraikan tentang metode penelitian yang terdiri dari rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi sampel, data dan metode pengumpulan data serta yang terakhir adalah teknik analisis data.

BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini menguraikan secara garis besar mengenai responden dan analisis data yang meliputi : analisis deskriptif, pengujian hipotesis dan pembahasan dari hasil penelitian yang telah di lakukan.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini menguraikan tentang kesimpulan yang di tarik oleh penulis dari hasil analisa dan pembahasan atas obyek penelitian, keterbatasan penulis dan saran-saran dari penulis atas obyek penelitian tersebut.