

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Penelitian ini dilatar Belakangi oleh perkembangan dunia teknologi yang semakin meningkat sehingga menimbulkan persaingan dunia usaha semakin ketat. Adapun masalah penelitian ini adalah "faktor-faktor apa sajakah yang dapat menyebabkan pelanggan jasa pengiriman Tiki memutuskan untuk menggunakan jasa Tiki". Penelitian ini secara khusus menguji tiga variabel elemen-elemen keputusan pelanggan yang terdiri dari Kualitas layanan, kepercayaan dan komitmen. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap keputusan pengguna jasa. Setiap hari, orang-orang membentuk kesan pelanggan dari titik sentuh seperti iklan, berita, percakapan dengan keluarga dan teman-teman, dan pengalaman produk. Kecuali konsumen secara aktif belanja. Tapi apa yang terjadi ketika sesuatu memicu dorongan untuk membeli atau menggunakan jasa atau produk. akumulasi tayangan kemudian menjadi penting karena mereka membentuk set awal-pertimbangan: jumlah kecil merek konsumen menganggap pada awal sebagai pilihan pembelian potensial.

Menurut Kotler (2008) pelayanan atau jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip tidak berwujud dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan. Jadi dapat disimpulkan bahwa pelayanan atau jasa adalah sesuatu yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan terjadinya perpindahan kepemilikan apapun sehingga hanya dapat

diukur dari kepuasan konsumen yang didapat dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh penjual. Dalam sebuah perusahaan jasa seperti jasa pengiriman Tiki, Kualitas layanan, kepercayaan pelanggan dan komitmen pelanggan menjadi faktor penting dalam pengambilan keputusan pengguna jasa. Dengan kualitas yang baik akan terciptanya kepercayaan pelanggan dan komitmen pelanggan sehingga muncullah keputusan pelanggan. Pelanggan dan perusahaan harus membina hubungan yang baik dan harus saling berkomitmen dalam menjaga hubungan, sehingga terjalin hubungan yang baik antara pelanggan dan perusahaan.

PT Citra Van Titipan kilat (Tiki) mengawali bisnisnya tahun 1970 di Jakarta. Berbekal pengalaman itu kami mendapatkan guru terbaik untuk terus berkomitmen dan meningkatkan kualitas layanan bagi konsumen. Di tunjang dengan jaringan yang tersebar luas di Indonesia dengan lebih dari 500 kantor perwakilan Tiki di seluruh pelosok nusantara sebagai bukti nyata bahwa Tiki terus berupaya memberikan yang terbaik kepada konsumen. Kami juga menjelajahi ke penjuru dunia, semuanya dengan kualitas prima dan harga bersaing. Sektor penjualan juga mendorong dan memberikan kemudahan kepada konsumen secara penuh 24 jam untuk melakukan pengiriman di 5 titik *sales counter* dengan layanan *drive thru*. Sistem kerja yang modern dengan teknologi komputer memudahkan untuk memonitor mulai dari awal pengiriman, *tracking* hingga status penerima, semuanya berlangsung sangat mudah, aman dan nyaman. Team yang ramah, terampil dan *professional* siap melayani apapun kebutuhan konsumen dengan baik dan sempurna. Kami tidak akan berhenti berinovasi

sebelum anda puas, karena kesuksesan diukur dari kesempurnaan kami dalam melayani konsumen. Sebagai perintis usaha & pionir yang sangat berpengalaman di bidangnya, Tiki selalu berupaya mengerti dan melayani sepenuh hati dengan mewujudkan harapan pelanggan akan keamanan, fasilitas, efektifitas, efisiensi dan tanggung jawab dalam menangani setiap pengiriman. Upaya peningkatan kualitas layanan selalu menjadi fokus utama Tiki dalam menjamin kepercayaan pelanggan yang didukung oleh ribuan personil terlatih dan armada transportasi yang tersebar diberbagai titik nusantara dan internasional. Visi Tiki untuk menjadi mitra jasa Titipan Kilat yang profesional dan terkemuka di dunia terwujud berkat berbagai varian produk dan layanan yang dapat dipilih dan dinikmati dengan leluasa. Karena bertahun-tahun kerja keras, semangat dan kreativitas Tiki semuanya di dedikasikan hanya untuk Anda.

Tabel 1.1

DATA PENJUALAN JASA TIKI 2012-2013

Merek	Tahun	
	2012	2013
TIKI	59,6%	53,7%
Jne	21,2%	28,6%
Pos Indonesia	7,3%	8,4 %
Hdl	3,1%	4,0%
Fedex	1,8%	1,6 %

Sumber : www.topbrand-award.com

Dari tabel diatas, terlihat bahwa penjualan jasa Tiki di tahun 2013 mengalami penurunan. Hal itu disebabkan oleh menurunnya kualitas layanan, sehingga pelanggan merasa kurang percaya untuk menggunakan jasa nya lagi. Dengan adanya hal tersebut Perusahaan pengiriman barang atau jasa Tiki ini harus

berupaya keras untuk meningkatkan kembali data penjualannya sehingga mengalami berada pada kondisi stabil. Meskipun demikian, Tiki tetap menjadi *market leader* di pasar Indonesia pada tahun 2012. Semua itu didapatkan karena adanya kualitas layanan yang baik dan setelah itu pelanggan akan percaya kepada jasa Tiki, pelanggan juga akan berkomitmen dan memutuskan untuk menggunakan jasa Tiki tersebut. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana hubungan kualitas layanan, kepercayaan pelanggan, komitmen pelanggan terhadap keputusan pelanggan. Kualitas pelanggan berpengaruh terhadap kepercayaan, kepercayaan berpengaruh terhadap komitmen pelanggan, dan komitmen pelanggan berpengaruh terhadap keputusan pengguna jasa. Oleh sebab itu peneliti mengambil judul dalam penelitian ini dengan judul : Pengaruh Faktor Kualitas layanan, Kepercayaan Dan Komitmen pelanggan terhadap keputusan pengguna jasa pengiriman Tiki di Surabaya.

1.2 Rumusan Masalah

Perumusan masalah yang terdapat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah Kualitas layanan (*Quality of services*), Kepercayaan (*Trust*) Dan komitmen pelanggan (*Customer Commitment*) secara parsial memiliki pengaruh signifikan positif terhadap keputusan pengguna jasa pengiriman Tiki di Surabaya?
2. Kualitas layanan (*Quality of services*), Kepercayaan (*Trust*) Dan komitmen pelanggan (*Customer Commitment*) secara simultan memiliki

pengaruh signifikan positif terhadap keputusan pengguna jasa pengiriman Tiki di Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang terdapat dalam penelitian ini, berikut merupakan tujuan dari penelitian, diantaranya :

1. Untuk Mengetahui kualitas layanan (*Quality of services*), kepercayaan (*Trust*) Dan komitmen pelanggan (*Customer Commitment*) secara parsial memiliki pengaruh signifikan positif terhadap keputusan pengguna jasa pengiriman Tiki di Surabaya.
2. Untuk mengetahui kualitas layanan (*Quality of services*), kepercayaan (*Trust*) Dan komitmen pelanggan (*Customer Commitment*) secara simultan memiliki pengaruh signifikan positif terhadap keputusan pengguna jasa pengiriman Tiki di Surabaya?

1.4 Manfaat Penelitian

Terdapat beberapa manfaat dalam penelitian ini yang dikhususkan bagi perusahaan, penelitian lain, bagi penulis, dan bagi STIE Perbanas itu sendiri, diantaranya :

1. Perusahaan

Diharapkan hasil penelitian ini dapat berguna bagi perusahaan dan dapat memberikan informasi dalam bidang *marketing* bahwa Keputusan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa variabel pembentuk dari kualitas layanan,

Kepercayaan pelanggan, dan Komitmen pelanggan menimbulkan Perilaku Konsumen.

2. Peneliti Lain / Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan bagi peneliti lain yang mengadakan penelitian dalam ruang lingkup yang sama. Juga diharapkan penelitian ini dapat menambah pengetahuan bagi pembacanya.

3. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi penulis tentang saja faktor-faktor pembentukan, kualitas layanan, kepercayaan pelanggan, komitmen pelanggan terhadap keputusan pelanggan dan melatih saya juga dalam membuat Skripsi.

4. STIE Perbanas Surabaya

Dari hasil penelitian ini dapat menambah koleksi skripsi di perpustakaan STIE Perbanas Surabaya, Sebagai bahan belajar dan acuan untuk penelitian selanjutnya yang akan ditempuh oleh mahasiswa.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk memperoleh gambaran yang jelas dalam penulisan Skripsi ini, maka Skripsi ini dibagi menjadi bagian-bagian sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Merupakan bab pendahuluan yang didalamnya terdapat sub bab yang meliputi latar belakang permasalahan, rumusan masalah yang

dilanjutkan dengan tujuan penelitian, manfaat penelitian & sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini dijelaskan mengenai penelitian terdahulu, landasan teori yang mendukung penelitian ini, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN

Dalam bab ini dijelaskan mengenai metode penelitian yang didalamnya terdapat sub-sub yang meliputi rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi sampel & teknik pengambilan sampel & metode pengumpulan data secara teknis analisis data.

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini diuraikan tentang gambaran umum subyek penelitian, analisis data yang disajikan dalam bentuk tabel – tabel, pengujian hipotesis dan pembahasan untuk membandingkan apakah hasil penelitian terdahulu sama dengan penelitian yang dilakukan sekarang oleh peneliti.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini di uraikan kesimpulan tentang hasil analisis yang dikaitkan dengan perumusan masalah yang telah ditetapkan sebelumnya.