

# BAB I

## PENDAHULUAN

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perkembangan industry kurir pada saat ini meningkat dari tahun-tahun sebelumnya karena didorong oleh meningkatnya bisnis *e-commerce* di Indonesia sekitar 33.2%. Hal ini juga terlihat dari banyaknya kalangan masyarakat yang berada di kota-kota besar maupun masyarakat yang berada di daerah-daerah telah melakukan pembelian beberapa kebutuhan maupun keinginan secara online, yang dimana pembelian secara online ini sangat membutuhkan jasa pengiriman barang agar proses jual beli secara online ini dapat terjadi dengan efektif dan efisien (portal informasi Indonesia).

Perusahaan layanan pengiriman barang sering digunakan oleh masyarakat untuk melakukan pengiriman barang dari seluruh Indonesia baik dari kota-kota besar sampai ke daerah-daerah yang ada di seluruh Indonesia. Semakin banyaknya layanan pengiriman barang membuat manajemen perusahaan berlomba-lomba dalam meningkatkan kualitas layanan yang ada didalam perusahaan tersebut dengan memperhatikan kebutuhan yang diperlukan oleh masyarakat. Faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan kesetiaan pelanggan dari penggunaan layanan J&T adalah layanan pelanggan, pengiriman dan harga

Faktor pertama yaitu layanan pelanggan. Layanan pelanggan adalah kegiatan perusahaan yang bertujuan untuk memberi bantuan atau layanan kepada pelanggan. Tersedianya beberapa perusahaan layanan pengiriman barang di Indonesia dan semakin banyaknya masyarakat yang membutuhkan jasa layanan pengiriman barang ini, membuat pihak manajemen perusahaan layanan pengiriman barang dituntut untuk memperbaiki pelayanannya dengan memperhatikan: pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, harga yang ditawarkan dan juga waktu pengiriman.

Dengan adanya layanan pelanggan yang baik maka pelanggan akan memiliki tempat untuk menyuarakan pengaduannya dan tentu saja akan sedikit mengurangi rasa kecewa yang mungkin saja timbul dari transaksi yang telah terjadi pada penggunaan jasa. Kualitas pelayanan pelanggan yang baik yang memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan juga akan mempengaruhi niat beli pelanggan di masa depan (Norizan dan Abdullah, 2010).

Faktor kedua Harga yaitu harga. Harga adalah salah satu penentu dalam pemilihan produk yang dapat berpengaruh terhadap minat beli. Suatu produk dianggap memiliki nilai negative dikarenakan konsumen harus mengeluarkan biaya yang lebih besar daripada manfaat ataupun nilai guna yang didapatkan. Begitupun sebaliknya, konsumen akan menganggap bahwa suatu produk tersebut memiliki nilai positif jika manfaat ataupun

nilai guna yang lebih besar daripada biaya yang dikeluarkan (Sundalangi et., al 2014).

Faktor ketiga yaitu pengiriman. Pengiriman adalah proses atau yang yang dibutuhkan hingga barang bisa sampai ke alamat yang dituju atau alamat pelanggan. Pengiriman ini biasanya berapa lama waktu yang dibutuhkan atau bagai mana proses yang harus dilakukan ada barang yang di kirimkan dapat sampai kepada pelanggan. Sebelum memutuskan untuk menggunakan jasa pengiriman barang, konsumen akan terlebih dahulu mencari informasi mengenai harga dan ketepatan waktu pengiriman yang akan digunakan untuk mendapatkan perbandingan antar jasa pengiriman yang akan berakhir pada keputusan pembelian dari konsumen (Nantigiria, Sri Handayanib dan Veronicac, 2021).

Untuk dapat memberikan kepuasan kepada para pelanggan, perusahaan harus dapat bersaing dengan perusahaan lain dari berbagai aspek, perusahaan juga diharapkan dapat selalu memperhatikan apa yang menjadi kebutuhan dan harapan dari para pelanggan. Bagaimana perusahaan merancang pelayanan mereka kepada pelanggan sehingga pelanggan dapat merasa terpuaskan terhadap jasa yang ditawarkan oleh perusahaan-perusahaan tersebut. hal itu perlu ditampuh oleh pihak perusahaan agar dapat mencapi keuntungan yang tinggi sehingga dapat terus tumbuh dan berjalan ditengah banyak nya pesaing yang menyediakan jasa yang sama dan juga pelayanan yang tidak kalah bagus.

Maka dari itu menciptakan dan mempertahankan menjaga kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction*) serta kesetiaan pelanggan (*Customer loyalty*) merupakan tantangan terbesar dalam dunia bisnis (Fandy Tjiptono, 2014:3). Ismail Razak (2019) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah hasil evaluasi dari pelanggan terhadap produk setelah dikonsumsi yang memberikan tingkat kepuasan tertentu. Untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah dengan melihat seberapa besar harapan pelanggan dapat terpenuhi disbanding dengan manfaat layanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan juga keinginan pelanggan. Pelanggan akan tetap setia apabila sudah merasa puas, keinginan mengajukan keluhan kecil, bersedia merekomendasikan, harapan terpenuhi dan melakukan pembelian ulang.

Yuniarto VS (2015:140) terciptanya kepuasan dapat memberikan manfaat seperti terjalinnya hubungan yang harmonis antara pelanggan dan pihak perusahaan, menjadi salah satu dasar bagi pelanggan untuk melakukan pembelian ulang serta menciptakan kesetiaan pelanggan yang dapat menguntungkan perusahaan. Sedangkan Kesetiaan pelanggan (*customer loyalty*) merupakan kemungkinan pelanggan untuk membeli kembali produk atau jasa perusahaan dengan tingkat harga yang beragam yang ditawarkan oleh perusahaan. Pelanggan yang loyal dapat membantu mempromosikan produk atau jasa kepada orang-orang terdekatnya secara tidak langsung. Hal ini tentu akan sangat membantu pihak perusahaan agar dapat mendapatkan pelanggan yang baru. Pelanggan yang

loyal cenderung memiliki sedikit minat untuk beraling kepada produk atau jasa pesaing (Fandy Tjiptono, 2014:319).

Berkembangnya industri kurir saat ini membuat persaingan antar perusahaan layanan pengiriman mulai kuat. Maka dari itu sudah sepantasnya perusahaan-perusahaan layanan pengiriman berusaha untuk memberikan kepuasan pada pelanggan dan menciptakan pelanggan yang loyal agar dapat tetap berjalan di tengah persaingan. Salah satunya perusahaan layanan pengiriman J&T Express. Dimana J&T Express adalah suatu perusahaan pengiriman yang memosisikan diri dengan pelayanan dan harga yang lebih murah daripada perusahaan pesaing lain di industri yang sama.

Dalam Top Brand Index J&T menduduki posisi Top 3 dimana J&T mengalami peningkatan skor sebesar 1% dari tahun 2019 ke tahun 2020. Sebagaimana dapat kita lihat pada tabel Top Brand Index dibawah ini.

**Tabel 1.1**  
**Top Brand Index Jasa Kurir**

<b>BRAND</b>	<b>TBI 2019</b>	<b>TBI 2020</b>	
JNE	26.4%	27.3%	TOP
J&T	20.3%	21.3%	TOP
TIKI	12.6%	10.8%	TOP
Pos Indonesia	5.4%	7.7%	
DLH	3.8%	4.1%	

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

Berdasarkan data di atas maka dalam penelitian ini, menggunakan J&T Express karena ditengah perkembangan industry kurir di Indonesia yang sangat pesat bagaimana perusahaan J&T dapat menduduki posisi Top 3 dalam Top Brand Index dari tahun 2019 dan berlanjut pada tahun 2020 dan apa yang membuat J&T Express ini mendapatkan pelanggan yang terbilang cukup luas. Apakah dari segi pelayan pelanggan, pengiriman atau harga yang ditawarkan oleh pihak perusahaan. Dan apakah ketiga hal tersebut juga yang membuat J&T Express tetap dapat bertahan di industry layanan pengiriman jasa kurir dengan jumlah pesaing yang terbilang cukup banyak.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan pada latar belakang diatas berikut ini merupakan uraian masalah yang akan dicapai penyelesaiannya:

1. Apakah layanan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan J&T di Kab.Simalungun?
2. Apakah pengiriman berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan J&T di Kab.Simalungun?
3. Apakah harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan J&T di Kab.Simalungun?
4. Apakah pelayanan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap kesetiaan pelanggan?
5. Apakah kepuasan pelanggan memediasi layanan pelanggan, pengiriman dan harga terhadap kesetiaan pelanggan?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada rumusan masalah diatas, ada pun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif signifikan layanan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan J&T di Kab.Simalungun.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif signifikan pengiriman terhadap kepuasan pelanggan J&T di Kab.Simalungun.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif signifikan harga terhadap kepuasan pelanggan J&T di Kab.Simalungun.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif signifikan kepuasan pelanggan terhadap kesetiaan pelanggan.
5. Untuk menguji apakah kepuasan pelanggan memediasi layanan pelanggan, pengiriman dan harga terhadap kesetiaan pelanggan

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk pihak-pihak berikut:

1. Bagi pihak perusahaan J&T

Penelitian ini dapat memberikan informasi kepada pihak perusahaan sebagai bahan untuk perusahaan untuk mempertimbangkan dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan pengiriman, maupun mempertimbangkan harga. Untuk dapat dijadikan acuan dalam

pengambilan tindakan guna untuk meningkatkan kepuasan dan kesetiaan pelanggan J&T di Kab. Simalungin.

2. Bagi peneliti lain:

Peneliti berharap agar hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi maupun literature atau acuan untuk melakukan penelitian selanjutnya yang mungkin membahas tentang kepuasan pelanggan maupun kesetiaan pelanggan.

3. Bagi Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya:

Peneliti berharap agar penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan literature bagi prodi manajemen pemasaran untuk pembahasan mengenai kepuasan pelanggan dan kesetiaan pelanggan.

### **1.5 Sistematika Penulisan Skripsi**

Pada sub bab ini akan menjelaskan tentang bab-bab yang meliputi sub bab yang akan dituliskan. Dan penulisan penelitian ini terdiri dari 5 (lima) bab, yaitu:

#### **BAB I: PEBDAHULUAN**

Pada BAB ini akan dijelaskan mengenai latar belakang dari penelitian ini rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian serta sistematika dari penulisan skripsi ini.

## **BAB II: TINJAUAN PUSTAKA**

Pada BAB ini akan menjelaskan mengenai penelitian-penelitian terdahulu, dari landasan teori, dan kerangka pemikiran serta hipotesis dari penelitian.

## **BAB III: METODE PENELITIAN**

Pada BAB ini akan dijelaskan mengenai rancangan penelitian, mengenai batasan penelitian, identifikasi variable, defenisi operasional, dan pengukuran variable, populasi, sampel, dan teknik pengambilan data uji validitas data, reliabilitas, instrument penelitian serta teknik analisis data.

## **BAB IV: GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA**

Pada BAB ini akan dijelaskan tentang hasil penelitian berupa hasil deskriptif dan statistik. Berdasarkan hasil dari pengujian yang dilakukan kemudian dilakukan pembahasan mengenai hasil tersebut.

## **BAB V: PENUTUP**

Pada BAB ini akan menjelaskan tentang akhir dari penulisan penelitian ini sehingga akan dapat diuraikan mengenai kesimpulan dan batasan penelitian serta saran – saran yang dapat dijadikan dipertimbangkan penelitian yang akan datang.