

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang**

Seiring dengan berkembangnya industri bisnis saat ini mengakibatkan beberapa perusahaan berorientasi pada permintaan pelanggan. Seperti halnya pada industri yang bergerak dibidang pelayanan jasa, khususnya pada perusahaan jasa kurir yang memiliki sejumlah pelanggan dari masyarakat umum dan pelanggan *corporate* dimana bisnis tersebut dapat memudahkan produsen dan konsumen bertransaksi, meminimalisir waktu, serta dapat memperoleh peluang bisnis baru dari kebutuhan-kebutuhan pelanggan. Pola pikir konsumen yang berubah seiring berkembangnya zaman menuntut para pelaku usaha untuk mengembangkan industri logistik pada pangsa pasar yang luas. Secara umum ada banyak faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan dalam mempertahankan kepuasan pelanggan pada bidang layanan jasa. Kepuasan pelanggan juga mempengaruhi loyalitas pelanggan terhadap perusahaan. Menurut Alma (2004) : kualitas layanan sebagai alat persaingan yang ampuh untuk mempertahankan pelanggan serta membangun standar kualitas yang *excellence*.

Pelanggan semakin kritis dan pintar untuk menyeleksi suatu merek yang memberikan mutu pelayanan yang berkualitas. Kondisi ini memaksa perusahaan untuk lebih sigap dalam memberikan layanan jasa yang cepat dan efisien, dan tentunya perkembangan teknologi yang semakin maju menantang perusahaan untuk

menganalisis permintaan dan kebutuhan pelanggan di masa mendatang. Akan tetapi dalam kenyataannya tidak mudah untuk mempertahankan pelanggan dalam wujud memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan mereka. Menurut Ueno (2010) kualitas layanan yaitu adanya kesenjangan antara harapan pelanggan pada pelayanan dan persepsi pelanggan oleh kinerja pelayanannya. Pelanggan merupakan kunci utama dalam memenangkan persaingan diantara praktisi bisnis lainnya. Kualitas layanan merupakan salah satu elemen penting dalam bauran pemasaran yang mempengaruhi pelanggan dari permintaan, harga, nilai dan, kepuasan. Kualitas layanan merupakan faktor pendukung kepercayaan merek yang mempengaruhi kepuasan pelanggan seorang pelanggan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.

**Tabel 1.1**  
**Data Kualitas Layanan *Index* Kategori Kurir**  
**Tahun 2013-2016**

<i>Brand</i>	<i>Kualitas Layanan Index</i>				<i>Rangking</i>			
	2013	2014	2015	2016	2013	2014	2015	2016
<b>JNE</b>	<b>37.368</b>	<b>37.316</b>	<b>39.911</b>	<b>39.369</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>
TIKI	38.717	38.727	39.003	39.200	1	1	6	3
Pos Indonesia	38.333	37.705	39.775	38.072	3	3	4	6
DHL		38.628	40.814	40.088		2	1	1
FEDEX			39.679	39.135			5	4
UPS			40.748	38.271			2	5

*Sumber: Service Quality Awards, 2017.*

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa pada tahun 2013 SQI JNE adalah sebesar 37.268 dan berada pada peringkat ke dua. Pada tahun 2014 SQI JNE mengalami penurunan menjadi sebesar 37316 dan berada pada peringkat ke empat. Pada tahun 2015 SQI JNE mengalami kenaikan menjadi sebesar 39911 dan berada pada peringkat ke tiga, namun pada tahun 2016 SQI JNE mengalami penurunan lagi menjadi sebesar 39369 dan berada di peringkat ke dua.

Merek sebagai asset suatu perusahaan memperoleh nilai yang memiliki keunikan dan mudah berinteraksi dengan pelanggan. pelanggan merasa aman akibat interaksinya dengan sebuah merek, maka merek tersebut handal dan bertanggung jawab atas kepentingan dan keselamatan pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting bagi sebuah perusahaan karena kepuasan pelanggan dapat menciptakan loyalitas pelanggan yang akan berdampak pada pendapatan perusahaan. Persaingan dalam bisnis logistik tampak semakin ketat dan semakin terbuka lebar untuk pemain baru yang ingin berkanoah di Indonesia. Berkembang pesatnya bisnis online, memicu tumbuhnya perusahaan logistik lokal, beberapa perusahaan yang meramaikan industri logistik yaitu, JNE, TIKI, Fedex , DHL, Pos Indonesia. Perusahaan ternama tersebut saat ini berlomba-lomba untuk mengungguli pangsa pasar yang sebagian besar dikuasai oleh perusahaan asing.

JNE sebagai perusahaan logistic lokal, telah memiliki kantor perwakilan 75 unit, kantor cabang 53 unit, serta 2.073 agen dan sub-agen di seluruh Indonesia akan tetapi terdapat berbagai masalah seperti sering terjadinya kendala pada pengiriman yang tidak

tepat dengan yang dijanjikan. JNE memiliki visi untuk menjadi rantai pasok global terdepan di dunia. Oleh karena itu untuk menjadi *market leader* perusahaan akan berupaya memperluas segmen pasar serta meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih beragam. Hal tersebut tidak menutup kemungkinan JNE untuk bersaing menjadi tuan rumah dalam wilayah domestik JNE adalah perusahaan jasa kurir pengiriman paket dalam wilayah lokal maupun internasional, pengembangan produk dan layanan yang diberikan antara lain yaitu menyediakan jasa kurir express, logistik, *money remittance* ( transfer uang ), *air&sea cargo*, *escort* ( jasa penjemputan bandara ), hingga *customer clearance* ( jasa kepabeanan ).

**Tabel 1.2**  
**Top Brand Awards, Kategori Jasa Kurir**

No.	Jasa Pengiriman	Top Brand Index (TBI)			
		2013	2014	2015	2016
1	JNE	53,7%	45,1%	43,5%	47,6%
2	TIKI	28,6%	33,2%	36,2%	35,7%
3	Pos Indonesia	8,4%	8,4%	6,7%	9,6%
4	DHL	4,0%	5,5%	2,1%	1,3%
5	FEDEX	1,6%	-	-	-

Sumber : *Top Brand Awards*, 2017.

Dari tabel diatas dapat dilihat pada tahun 2013 JNE memiliki TBI sebesar 53,7%. Pada tahun 2014 mengalami menurun sebesar 8,6% dari tahun sebelumnya menjadi

sebesar 45,1%. Pada tahun 2015 mengalami penurunan kembali sebesar 1,6% dari tahun sebelumnya menjadi sebesar 43,5%. Pada tahun 2016 JNE mengalami kenaikan sebesar 4,1% dari tahun sebelumnya menjadi sebesar 47,6%.

Berdasarkan kedua data tersebut, hal ini menandakan bahwa terdapat masalah pada kualitas layanan JNE dan kepercayaan merek, maka dari itu sepatutnya menjadi bahan pertimbangan bagi pihak JNE. Karena kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan sangat menentukan kualitas layanan yang diberikan dapat sesuai dengan harapan mereka. Mempertahankan pelanggan yang loyal, serta menjaga agar tidak beralih ke jasa pengiriman barang yang sejenis merupakan hal penting untuk mengikat pelanggan JNE. Untuk itu perusahaan perlu membangun strategi pemasaran seperti harga yang terjangkau, promosi penjualan yang efektif untuk menarik pelanggan baru, *Customer Service* yang sigap dalam melayani pelanggan, serta menjamin pada resiko kehilangan atau kerusakan pengiriman paket yang berdampak terhadap Kepercayaan merek, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan JNE. Berdasarkan uraian di atas penelitian ini diberi judul “ Pengaruh Kualitas Layanan dan kepercayaan merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada JNE cabang TOMANG.

## **1.2. Identifikasi dan Pembatasan Masalah**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis mengidentifikasi masalah yang ada sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil dari Kualitas Layanan *Index* pada tahun 2013-2016 TIKI jauh lebih unggul dari JNE.
2. Seringnya terjadi kendala pada pengiriman paket JNE Reguler yang biasanya 3 hari tetapi dapat lebih dari 1 minggu. Hal ini mengindikasikan adanya masalah kepuasan pelanggan pada JNE.
3. JNE mengalami penurunan penjualan, hal itu dapat dilihat dari *Top Brand Index* 2013-2016. Hal ini mengindikasikan adanya masalah pada kepercayaan merek JNE
4. Tidak puasnya pelanggan JNE yang menawarkan produk Pengiriman YES (yakin esok sampai), dikarenakan pada kenyataannya barang baru sampai pada waktu 3 hari. Hal ini mengindikasikan adanya masalah pada kepuasan pelanggan JNE.
5. Adanya ketidakpercayaan pada merek JNE sehinggal pelanggan merasa tidak yakin menggunakan jasa pengiriman barang JNE. Hal ini mengindikasikan adanya masalah loyalitas pelanggan pada JNE.

### **1.2.2. Pembatasan Masalah**

Penelitian ini membahas variabel kualitas layanan, kepercayaan merek, kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini dilakukan pada JNE cabang Tomang.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan masalah penelitian tersebut maka dimunculkan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan pada JNE?
2. Apakah kepercayaan merek berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan pada JNE?
3. Apakah kualitas layanan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan pada JNE?
4. Apakah kepercayaan merek berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan pada JNE?
5. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan pada JNE?
6. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada JNE?
7. Apakah kepercayaan merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada JNE?

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ialah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh langsung kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada JNE.

2. Untuk mengetahui pengaruh langsung kepercayaan merek terhadap kepuasan pelanggan pelanggan JNE.
3. Untuk mengetahui pengaruh langsung kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pelanggan JNE.
4. Untuk mengetahui pengaruh langsung kepercayaan merek terhadap loyalitas pelanggan pada JNE.
5. Untuk mengetahui pengaruh langsung kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada JNE.
6. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada JNE.
7. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan merek terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada JNE.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak yang terkait yaitu:

### **1.5.1 Bagi Penulis**

Penelitian dilakukan untuk mengetahui, menganalisis, dan menjelaskan pengaruh kualitas layanan, kepercayaan merek, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan di JNE.



### **1.5.2 Bagi Pembaca**

Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi tambahan informasi dan bahan referensi yang nantinya akan menjadi pembanding dalam melakukan penelitian terkait dengan bidang manajemen pemasaran di masa yang akan datang.

### **1.5.3 Bagi Perusahaan**

JNE dapat mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan merek terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan JNE yang dapat membantu perusahaan agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. JNE juga dapat mengetahui dampak yang ditimbulkan jika kualitas layanan diimplementasikan dengan baik sehingga dapat membangun kepuasan pelanggan lebih baik kepada JNE.