

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dalam persaingan bisnis khususnya pada bidang jasa penting bagi perusahaan jasa dalam mengetahui seperti apa kebutuhan yang benar-benar masyarakat butuhkan sehingga membuat masyarakat loyal terhadap produk atau jasa tersebut. Loyalitas konsumen terhadap suatu produk atau jasa penting karena hal tersebut memberikan manfaat yang baik dan keuntungan besar bagi suatu perusahaan.

Loyalitas merupakan hal yang sangat penting bagi sebuah perusahaan dan menciptakan pelanggan yang loyal adalah inti dari setiap bisnis (Familiar dan Maftukhah, 2015). Loyalitas merupakan satu satunya nilai yang diciptakan perusahaan dengan membangun nilai yang berasal dari pelanggan yang merupakan semua nilai perusahaan sekarang dan di masa depan (Kotler dan Keller, 2009). Kunci agar dapat mempertahankan sikap loyalitas adalah dengan kemampuan perusahaan yang mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan secara terus menerus.

Kepuasan pelanggan juga merupakan faktor penting khususnya untuk perusahaan jasa karena bagi perusahaan jasa kepuasan pelanggan menjadi acuan keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanannya pada pelanggan (Mahendra dan Indriyani, 2018). Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dengan Konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas Konsumen, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan (Tjiptono, 2011).

Kualitas jasa harus dimulai dari kebutuhan pelanggan yang berakhir dengan kepuasan pelanggan. Hal ini pula yang dapat dijadikan pedoman oleh perusahaan agar konsumen dapat mempercayai produk yang ditawarkan dan melakukan pembelian ulang pada perusahaan tersebut. Salah satu tindakan untuk memuaskan konsumen adalah dengan cara memberikan kualitas pelayanan yang efektif dan efisien kepada konsumen (Shandra dan Murwatiningsih, 2016).

Salah satu aspek yang tidak kalah penting untuk menjaga agar Konsumen tetap loyal adalah Kepercayaan. Membentuk kepercayaan pelanggan merupakan salah satu cara untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan (Norhermaya dan Soesanto, 2016). Hasil penelitian Novia (2016)

menemukan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Kepercayaan yang tinggi oleh konsumen terhadap perusahaan akan dapat memberikan rasa puas konsumen dalam menggunakan produk atau jasa perusahaan. seperti Widiyanto yang menyatakan bahwa kepercayaan pelanggan (*trust*) merupakan pondasi dari bisnis yang merupakan cara untuk menciptakan dan mempertahankan konsumen (Laely,2016). Loyalitas konsumen akan terbangun ketika terdapat kepercayaan konsumen terhadap perusahaan dan kualitas layanan yang memuaskan dari perusahaan terhadap konsumen.

Berkembangnya *e-commerce* saat ini membuka peluang baru bagi pebisnis yang biasa menjual barangnya melalui toko kini juga merambah melalui *online*. Untuk dapat menunjang kebutuhan para pelaku bisnis untuk dapat mengirimkan barang kepada konsumen baik dalam kota maupun luar kota maka dibutuhkan jasa pengiriman barang yang dapat mencakup wilayah tersebut. Semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap pelayanan pengiriman paket menyebabkan persaingan bisnis yang dihadapi perusahaan saat ini sangat ketat.

Tingginya kebutuhan masyarakat akan jasa pengiriman barang, menjadi sebuah peluang bisnis tersendiri bagi para pelaku bisnis ekspedisi. Hal ini terlihat dari banyaknya jumlah perusahaan yang melebarkan sayap di bidang pengiriman barang. Salah satu perusahaan penyedia jasa pengiriman barang dan dokumen adalah Lion Parcel. Lion Parcel didirikan pada tanggal 14 Februari 2013. Bergerak di bidang jasa pengiriman yang melayani pengiriman domestik yang didukung oleh jaringan dan infrastruktur Lion Group sebagai salah satu maskapai penerbangan terbesar.

Sebagai bagian dari Lion Group, Lion Parcel mengemban misi untuk mengembangkan lini usaha Lion Group di bidang industri Logistik dengan falsafah untuk membantu percepatan pertumbuhan ekonomi di seluruh area domestik melalui konsep "*Just In Time Air Distribution*". Partner Lion Parcel antara lain Batik Air, Lion Air dan Wings Air. Lion parcel merupakan bagian dari Lion Group yang merupakan salah satu maskapai yang menguasai sektor penerbangan Indonesia.

Keunggulan Lion parcel adalah memiliki armada pesawat sendiri dibanding dengan pesaing lain. Saat ini, Lion Air diketahui memiliki sekitar 350 armada dengan berbagai jenis pesawat. Lion Parcel melakukan strategi kolaborasi bisnis dengan konsep berbagi sumber daya (*shared resources*) dengan PT. POS Indonesia untuk pengiriman paket di lebih dari 118 daerah di bawah jaringan PT. POS yang selama ini belum bisa dijangkau Lion Parcel. Hal ini dilakukan untuk menyediakan layanan yang membuat pelanggan

mendapatkan akses lebih mudah dalam melakukan transaksi pengiriman paket/ dokumen. ([Tribunnews.com](http://Tribunnews.com) )

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Transaksi yang Menggunakan Jasa Pengiriman Lion Parcel Pos**  
**Ruko Mall Taman Palembang**

Tahun	Bulan	Jumlah pelanggan	Jumlah Transaksi
2018	November	108	220
	Desember	105	210
2019	Januari	208	575
	Februari	203	538
	Maret	180	367
	April	179	364

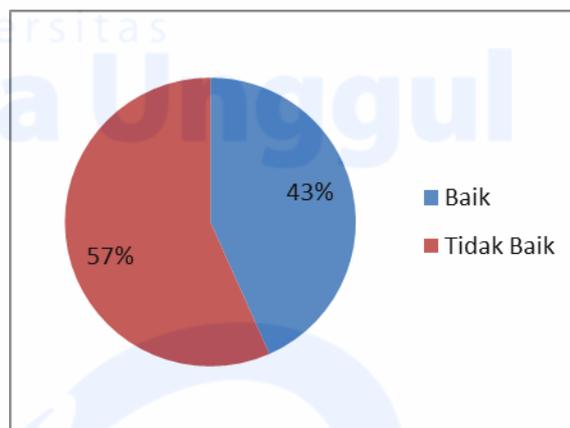
Sumber : Lion Parcel Pos Ruko Mall Taman Palembang, 2019

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas dapat dijelaskan bahwa pada periode November 2018 hingga Desember 2018 jumlah pelanggan mengalami penurunan sebanyak 3 konsumen diikuti dengan jumlah transaksi yang mengalami penurunan sebesar 10 transaksi, kemudian memasuki bulan Januari 2019 jumlah pelanggan mengalami peningkatan sebesar 103 pelanggan diikuti dengan jumlah transaksi yang mengalami peningkatan 365 transaksi. Namun bulan Februari 2019 jumlah Pelanggan mengalami penurunan sebanyak 5 pelanggan dan penurunan transaksi sebesar 37 transaksi. Kemudian bulan Maret 2019 Lion Parcel Mall Taman Palembang mengalami penurunan yang cukup besar sebanyak 23 pelanggan dan 171 transaksi. Dan kemudian mengalami penurunan kembali pada bulan April sebanyak 1 pelanggan dan 23 transaksi. Hal ini mengindikasikan bahwa dengan terjadinya penurunan jumlah pelanggan tersebut menunjukkan loyalitas konsumen dalam menggunakan jasa pengiriman mengalami penurunan.

Loyalitas pelanggan dapat ditunjukkan dalam bentuk pembelian ulang terhadap suatu produk yang ditawarkan perusahaan, makin banyak pelanggan yang melakukan pembelian ulang akan memperbesar laba perusahaan (Wibawa, *et al*, 2014). Pelanggan akan terus bertahan pada suatu produk dan suatu perusahaan ketika terdapat kepercayaan pelanggan terhadap produk dan perusahaan tersebut dan ketika perusahaan dapat memberikan pelayanan yang baik dan memuaskan konsumen. Tingginya tingkat persaingan dalam penyediaan jasa pengiriman menuntut perusahaan untuk membuat strategi dalam menimbulkan suatu kepercayaan konsumen untuk menggunakan jasa

tersebut dan memperbaiki kualitas pelayanan agar dapat meningkatkan loyalitas melalui kepuasan yang dirasakan pelanggan.

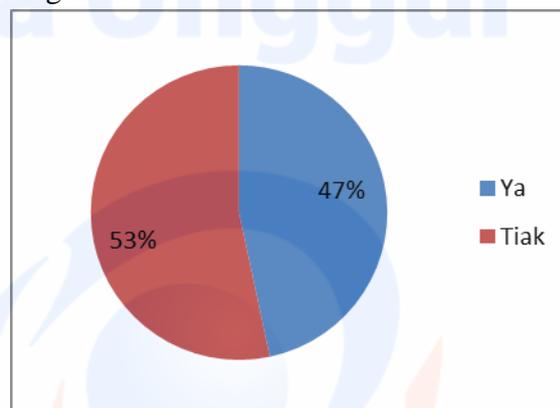
Berdasarkan hasil dari data tabel 1.1 maka peneliti melakukan *prasurvey* dengan menyebarkan kuisioner kepada 30 responden kepada pelanggan pengguna jasa ekspedisi Lion Parcel di wilayah Mall Taman Palem Mutiara hasilnya adalah sebagai berikut:



Sumber : Data diolah peneliti, 2019

**Gambar 1.1 Hasil Pra Survey Kualitas Pelayanan pada Pelanggan Lion Parcel Pos Mall Mutiara Taman Palem**

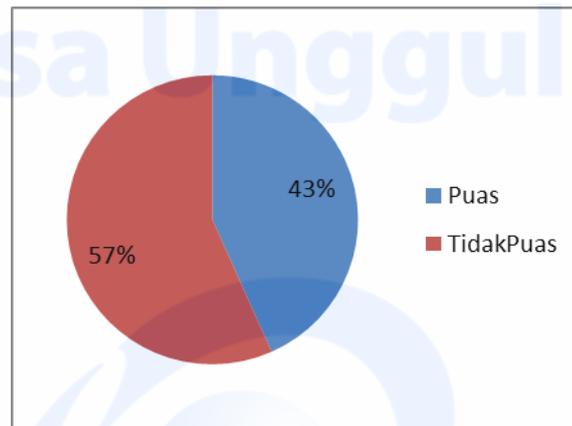
Dari gambar 1.1 dapat dilihat bahwa hasil pra survey mengenai kualitas pelayanan dengan pertanyaan terbuka yaitu “bagaimana kualitas pelayanan jasa Lion Parcel di wilayah Mall Taman Palem Cengkareng?”, hasil pra survey menunjukkan bahwa sebanyak 17 (57%) responden menjawab tidak baik mengenai kualitas pelayanan karena menurut responden karyawan tidak cekatan dan kurang responsif terhadap keluhan, sedangkan sisanya 13 responden(43%) mengatakan baik.



Sumber : Data diolah peneliti, 2019

**Gambar 1.2 Hasil Pra Survey Kepercayaan pada Pelanggan Lion Parcel Pos Mall Mutiara Taman Palem**

Dari gambar 1.3 dapat dilihat bahwa hasil pra survey mengenai pertanyaan yang berkaitan dengan kepercayaan “Apakah jasa pengiriman Lion Parcel dapat dipercaya dalam pengiriman barang?” dari hasil survey menunjukkan sebanyak 16 (53%) responden mengatakan tidak karena pengiriman barang tidak sesuai dengan waktu yang ditetapkan dan terjadi kerusakan pada barang kiriman. Sedangkan sisanya 14 (47%) responden mengatakan dapat dipercaya.



Sumber : Data diolah peneliti, 2019

**Gambar 1.3 Hasil Pra Survey Kepuasan pada Pelanggan Lion Parcel Pos Mall Mutiara Taman Palem**

Dari gambar 1.4 dapat dilihat bahwa hasil pra survey mengenai pertanyaan yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan “Apakah anda puas menggunakan jasa ekspedisi Lion Parcel?” dari hasil survey menunjukkan sebanyak 17 (57%) responden mengatakan tidak puas karena pelayanan yang diberikan belum sesuai dengan harapan dan pengiriman barang tidak sesuai dengan waktu yang ditetapkan. Sedangkan sisanya 13 (43%) responden mengatakan puas dalam menggunakan jasa pengiriman Lion Parcel. Hal tersebut menunjukkan bahwa masih ada permasalahan yang masih kurang dalam mempertahankan kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan penjabaran di atas dapat dilihat pentingnya faktor kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, tujuan peneliti ini adalah untuk mengetahui keterkaitan antara kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Lion Parcel Mall Taman Palem.

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, maka peneliti tertarik untuk menggali lebih dalam lagi tentang objek yang diteliti, yaitu melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan dalam Jasa Pengiriman Barang.**

## 1.2 Pembatasan Masalah

Agar permasalahan yang akan dibahas tidak terlalu luas maka peneliti hanya akan membahas mengenai kualitas pelayanan, kepercayaan, kepuasan pelanggan dan loyalitas di Lion Parcel Pos Mall Taman Palem Mutiara.

## 1.3 Perumusan Masalah

Rumusan masalah yang diteliti oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Lion Parcel Pos Mall Taman Palem Mutiara ?
2. Apakah terdapat pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pada Lion Parcel Pos Mall Taman Palem Mutiara ?
3. Apakah terdapat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Lion Parcel Pos Mall Taman Palem Mutiara ?
4. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Lion Parcel Pos Mall Taman Palem Mutiara ?
5. Apakah terdapat pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pada Lion Parcel Pos Mall Taman Palem Mutiara ?
6. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening* pada Lion Parcel Pos Mall Taman Palem Mutiara ?
7. Apakah terdapat pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening* pada Lion Parcel Pos Mall Taman Palem Mutiara ?

## 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian pada Lion Parcel Pos Mall Taman Palem Mutiara yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan secara langsung terhadap kepuasan pelanggan pada Lion Parcel Mall Taman Palem Mutiara
2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pada Lion Parcel Mall Taman Palem Mutiara
3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Lion Parcel Mall Taman Palem Mutiara.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Lion Parcel Mall Taman Palem Mutiara
5. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pada Lion Parcel Mall Taman Palem Mutiara
6. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening* pada Lion Parcel Pos Mall Taman Palem Mutiara
7. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas melalui

kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening* pada Lion Parcel Pos Mall Taman Palem Mutiara

### 1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung bagi berbagai pihak yang terlibat dalam kegiatan ini, dan hasil penelitian diharapkan dapat berguna baik secara akademis maupun praktis.

1. Bagi Penulis,

Dengan penelitian yang dilakukan akan dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis terutama dengan masalah – masalah yang berkaitan dengan perusahaan.

2. Bagi perusahaan,

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijaksanaan yang berhubungan dengan kualitas pelayanan dan kepercayaan sehingga dapat digunakan sebagai masukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan hingga membentuk kepuasan pelanggan pengguna jasa pengiriman Lion Parcel Mall Taman Palem



Universitas  
**Esa Unggul**

Universitas  
**Esa Unggul**

Universitas  
**Esa Unggul**



ggul



Universitas  
**Esa Unggul**



Universita  
**Esa U**



ggul



Universitas  
**Esa Unggul**



Universita  
**Esa U**



ggul



Universitas  
**Esa Unggul**



Universita  
**Esa U**