

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang pesat merupakan salah satu ciri modernisasi. Hal ini senantiasa menuntut untuk mengubah segala bidang kehidupan manusia, terutama dalam penyediaan layanan yang berkaitan dengan data, informasi, serta barang dan jasa. Perkembangan kebutuhan teknologi informasi di bidang penyediaan jasa dapat memenuhi kebutuhan masyarakat modern saat ini. Salah satunya adalah permintaan akan pengiriman, kecepatan penerimaan dan penerimaan layanan, informasi, barang dan dokumen. Sejak lama masyarakat telah menyadari pentingnya memenuhi permintaan pertukaran dan pengiriman informasi, barang dan dokumen. Masyarakat menggunakan merpati sebagai alat pemenuhan kebutuhan komunikasi, dan untuk memenuhi kebutuhan pertukaran barang dari satu tempat ke tempat lain, peminjam dibiasakan menggunakan jalur laut (seperti kapal) atau jalur darat (seperti berjalan kaki atau kereta api). Perkembangan dunia saat ini

Seiring tuntutan masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat yang terus meningkat. Di era globalisasi, salah satu kebutuhan sehari-hari yang tidak kalah pentingnya adalah permintaan akan jasa pengiriman barang. Banyaknya penduduk

yang saling mengirim barang dari jarak jauh, yang menjadikan layanan ini sangat penting. Saat ini sudah banyak perusahaan jasa transportasi darat, mulai dari perusahaan kecil hingga perusahaan asing besar yang memiliki cabang di luar negeri, penyedia jasa berlomba-lomba untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. Layanan yang diberikan oleh perusahaan pelayaran berbeda-beda. Ada yang menyediakan tujuan pengiriman di kota-kota di luar Indonesia dan negara atau wilayah lain di dunia, tetapi ada juga tujuan yang hanya menyediakan jasa pengiriman ke tujuan tertentu. Hal ini membuat persaingan antar perusahaan semakin ketat, sehingga diperlukan strategi untuk mengatasi persaingan tersebut dan menjadikannya pilihan utama pelanggan; perusahaan perlu memulai dari kebijakan pengiriman dan harga yang cepat untuk meningkatkan daya saing, karena kedua aspek tersebut. Semua dipertimbangkan oleh pelanggan. Gunakan jasa transportasi darat. Untuk meyakinkan pelanggan agar menggunakan fasilitas dan layanan darat memang tidak mudah, salah satunya adalah dengan menggunakan perilaku Kesetiaan pelanggan. Penggunaan loyalitas pelanggan ini dikarenakan dampak jangka panjang dari loyalitas itu sendiri, diharapkan pelanggan akan terus menggunakan jasa perusahaan pengiriman yang dijelaskan oleh Ali Hasan. Terutama mereka yang melakukan pembelian ulang secara teratur. memakai sikap Kesetiaan

pelanggan. Pemakaian loyalitas pelanggan ini di karenakan akibat jangka panjang dari loyalitas itu sendiri, diharapkan pelanggan hendak terus memakai jasa industri pengiriman yang dipaparkan oleh Ali Hasan. Paling utama mereka yang melaksanakan pembelian ulang secara tertib. Top Brand Index Kategori Layanan Jasa Kurir Di Indonesia Tahun 2018-2020

Merek	2018		2019		2020	
	TBI	TOP	TBI	TOP	TBI	TOP
JNE	45,0%	TOP	26,4%	TOP	27,3%	TOP
J&T	13,9%	TOP	20,3%	TOP	21,3%	TOP
Tiki	13,6%	TOP	12,6%	TOP	10,8%	TOP
Pos Indonesia	11,6%	-	5,4%	-	7,7%	-
DHL	3,5%	-	3,8%	-	4,1%	-

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

Nampak dari Tabel kalau 2 industri yang jadi top brand di jenis layanan ekspres dari tahun 2018 sampai 2021 ialah JNE serta J&T. Pada tahun 2018, pemasukan JNE sebesar 45, 0%, serta pemasukan J&T sebesar 13, 9%. Pada 2019, JNE turun jadi 26, 4%, serta J&T naik jadi 20, 3%. Tetapi pada tahun 2021, tingkatan perkembangan JNE hendak jadi 27, 3%, serta J&T pula hendak menggapai 21, 3%. JNE serta J&T mempunyai keunggulan lebih dari layanan ekspres yang lain. Top Brand Index(TBI) ialah sesuatu penghargaan yang diberikan kepada

merek- merek terbaik bersumber pada studi terhadap konsumen Indonesia. Top Brand Index sendiri ialah barometer buat pengukuran kesuksesan suatu merk produk dipasar serta merk yang mendapatkan Top Brand Index min 10% serta bagi hasil survey terletak di di posisi top three, hingga merk tersebut hendak menyangand predikat merk Top Brand award.

Pelanggan mengacu pada orang yang datang ke tempat yang sama terus menerus dan memenuhi kebutuhannya dengan membeli produk atau mendapatkan layanan dan membayar produk atau layanan tersebut. Untuk menjadi pelanggan setia, pelanggan harus memulai beberapa tahap. Karena setiap tahap memiliki persyaratan yang berbeda, prosesnya akan berlangsung lama, sertatingkat fokus dan perhatian setiap tahap berbeda. Dengan fokus pada setiap tahapan dan memenuhi kebutuhan setiap tahapan, perusahaan dapat melakukannya. Yang lebih besar untuk membentuk calon pembeli menjadi pelanggan loyal dan klien perusahaan.

Kesetiaan pelanggan. Penggunaan loyalitas pelanggan disebabkan oleh dampak jangka panjang dari loyalitas itu sendiri, sehingga diharapkan pelanggan akan terus menggunakan jasa perusahaan pengiriman yang dijelaskan Ali Hasan. Ia mengatakan bahwa loyalitas pelanggan mengacu pada pembeli, terutama mereka yang melakukan pembelian ulang secara rutin. Pelanggan

adalah seseorang yang datang ketempat yang sama berulang kali dan memenuhi kebutuhan mereka dengan membeli produk atau mendapatkan layanan dan membayar produk atau layanan tersebut. Untuk menjadi pelanggan setia, pelanggan harus memulai beberapa tahapan. Karena setiap tahapan memiliki persyaratan yang berbeda, prosesnya sangat lama, serta tingkat perhatian dan perhatian setiap tahapan juga berbeda. Dengan fokus pada setiap tahapan dan memenuhi kebutuhan setiap tahapan, perusahaan dapat melakukannya.

Kepercayaan pelanggan. Penilaian kualitas pelayanan ditentukan oleh pengguna jasa layanan tersebut, pengguna jasa akan menilai dengan membandingkan pelayanan yang akan mereka terima dengan yang mereka harapkan. Untuk itu kualitas pelayanan dapat ditentukan melalui suatu usaha agar dapat memenuhi kebutuhan dan harapan-harapan penggunajasa. Menurut Parasuraman (2007) kualitas pelayanan dikelompokkan ke dalam 5 *tangibles* , *reliability* , *responsiveness* , *assurance* , *dan empathy* .Kualitas pelayanan juga merupakan faktor utama yang mempengaruhi loyalitas pelanggan di karenakan pelanggan yang terpuaskan nilai pribadinya dan mengalami *mood* yang positif terhadap pelayanan akan memiliki loyalitas yang tinggi terhadap perusahaan tersebut. Pelanggan seringkali tidak loyal disebabkan

oleh adanya pelayanan yang buruk atau kualitas pelayanan yang semakin menurun dari yang diharapkan pelanggan.

Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan, sehingga memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan perlu terlebih dahulu mengetahui kualitas pelayanan yang di berikan produsen kepada pelangganya. Kepuasan pelanggan akan timbul setelah seseorang mengalami pengalaman dengan kualitas pengalaman yang diberikan oleh penyedia jasa. Kepuasan pelanggan menurut Kotler. adalah “perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang di pikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan”. Setiap perusahaan dituntut untuk membuat pelanggan merasa puas dengan memberikan penawaran dan pelayanan yang lebih baik, mengingat perusahaan harus mampu untuk mempertahankan posisi pasarnya ditengah persaingan yang semakin ketat. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberi kepuasan pada pelanggan. Upaya - upaya yang akan di lakukan oleh perusahaan untuk memuaskan kebutuhan konsumen dengan berbagai strategi dan berbagaicara dengan harapan agar pelanggan merasa puas dan selanjutnya mau untuk datang kembali. Apabila konsumen telah berubah menjadi konsumen yang loyal karena

merasa puas kebutuhannya telah terpenuhi maka konsumen tidak akan pindah keperusahaan lain. Kepuasan pelanggan merupakan faktor yang sangat menentukan dalam pemasaran, sebaliknya kekecewaan pelanggan dalam memberi layanan bisa menjadikan kehancuran perusahaan di masa mendatang. Dalam pasar yang tingkat persaingannya cukup tinggi, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan saling berhubungan, yang artinya bila ada usaha dari perusahaan untuk meningkatkan kepuasan pada pelanggan maka loyalitas pelanggan juga akan meningkat begitu pula sebaliknya bila perusahaan atau badan usaha menurunkan kepuasan pada pelanggan maka secara otomatis loyalitas pelanggan juga akan menurun. Jadi dalam hal ini kepuasan pelanggan merupakan penyebab terjadinya loyalitas pelanggan. Selain masalah tersebut, keluhan dari pelanggan JNE-nya juga muncul di berbagai media cetak dan digital. Saya memiliki masalah serupa dengan JNE Yogyakarta.

TABEL 1.1

No	Keluhan	Sumber
1	Kurangnya konfirmasi antara customer jne dengan pelanggan	http://www.kompasiana.com/rianadewie/sempatnegatif-thinking-kini-saya-ketagihanjne_54f3e01d745513942b6c8287

2	Kesalahan estimasi waktu yang sering terjadi saat pengiriman JNE reguler	http://myanwyn.blogspot.co.id/2014/02/jne-oh-jnepengalaman-kurang.html
3	Kesalahan yang dilakukan petugas sortir yang mengakibatkan memperlambat waktu pengiriman barang.	(http://www.kompasiana.com/hakeemelfaisal07/menjawab-komplain-jasa-pengiriman-paket-jne)
4	Terdapat beberapa agen JNE yang masih menggunakan sistem penulisan resi manual.	(http://www.kompasiana.com/thomthebigbear/kemana-yah-paketku_551b43528133116f0c9de565)

Keluhan tersebut antara lain:

Dari uraian di atas, dapat dikatakan bahwa untuk membedakan dari penyedia layanan lain dalam lingkungan yang sangat kompetitif, diperlukan penyedia layanan pengiriman yang dapat memberikan layanan yang sangat baik. Operator darat yang kompetitif menunjukkan jumlah pelanggan yang tinggi dan loyalitas yang tinggi.

Berdasarkan uraian latarbelakang tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang :Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan yangDimediasi oleh

Kepuasan Pelanggan (Studi kasus Kepuasan Pelanggan JNE Yogyakarta)”

Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Hal ini tampak dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 267, yang menyatakan bahwa:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ
الْأَرْضِ ۗ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا
فِيهِ ۗ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ عَنِّي حَمِيدٌ

Artinya : "Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, Padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji" (Q.S Al Baqarah:267).9

B. Identifikasi masalah

yang dihadapi oleh JNE cabang Yogyakarta yaitu :

- 1.Sumber daya manusia perusahaan yang masih belum menyadari arti pentingnya pelanggan bagi keberhasilan perusahaan.
- 2.Terdapat beberapa agen JNE yang masi menggunakan sistem manual.
- 3.Kesalahan yang dilakukan petugas sortir yang mengakibatkan memperlambat waktu pengiriman barang.
4. Loyalitas pelanggan ternyata belum memenuhi harapan pelanggan

C.Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, sebagai berikut :

- 1.Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di JNE cabang Yogyakarta?
- 2.Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di JNE cabang Yogyakarta?
- 3.Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di JNE cabang Yogyakarta?
4. Apakah kepuasan pelanggan merupakan variabel yang dapat memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan di JNE cabang Yogyakarta

D.Tujuan Penelitian

- 1.Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan di JNEcabang Yogyakarta

2.Untuk mengetahui kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di JNE cabang Yogyakarta

3.Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di JNEcabang Yogyakarta.

E.Manfaat Penelitian

1.Bagi Penulis Untuk menambah wawasan dan pengetahuan yang luas, serta sebagai sarana bagi penulis dalam menerapkan ilmu yang telah didapat di perkuliahan.

2.Bagi JNE cabang Yogyakarta Sebagai masukan agar lebih meningkatkan kualitas layanan jasa terhadap kepuasan pelanggan yang lebih baik lagi.

3.Bagi Universitas Ahmad dahlan Agar dapat dijadikan referensi atau hasanah ilmu pengetahuan khususnya mahasiswa dan pembaca pada umumnya