

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Melihat perkembangan bisnis saat ini dimana persaingan cukup ketat yang salah satunya disebabkan oleh maraknya bisnis *online*. Pelaku bisnis dituntut untuk bisa memenuhi permintaan pasar agar tidak terjadi kehilangan pangsa pasar atau pelanggan yang sudah ada maka hal ini mendorong para pelaku bisnis agar bisa menyalurkan barangnya hingga ke tangan konsumen dengan cepat dan juga aman. Pengiriman barang pun menjadi hal yang lumrah dilakukan oleh masyarakat luas dengan proses yang berlangsung cepat dan terjadi setiap hari. Untuk menyalurkan barangnya tersebut pelaku bisnis maupun masyarakat membutuhkan perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa logistik atau jasa pengiriman. Maka dari itu perusahaan jasa logistik atau jasa pengiriman memegang peranan penting dalam aktivitas bisnis atau kegiatan yang berhubungan dengan pengiriman barang.

Pada saat ini banyak bermunculan perusahaan jasa logistik dengan menawarkan kelebihan untuk menarik konsumen agar menggunakan jasanya dan berusaha membuat konsumen merasa puas setelah menggunakan jasa ekspedisi tersebut yang apabila kepuasan telah tercipta maka akan banyak keuntungan yang didapat pada perusahaan. Banyak sekali penyedia jasa pengiriman, salah satunya adalah J&T Express pun memanfaatkan kesempatan ini. J&T Express adalah Perusahaan yang bergerak di bidang jasa harus memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggannya. Keputusan pelanggan untuk menggunakan

jasa pengiriman barang terjadi ketika kualitas layanan perusahaan sesuai dengan harapan pelanggan.

Fenomena bisnis saat ini yang sangat mendorong kegiatan jasa ekspedisi adalah toko online yang mengirimkan barang. Dalam hal ini, jasa pengiriman bertindak sebagai perantara antara pembeli dan penjual. Pengiriman barang yang terlibat dalam transaksi toko online tidak hanya di dalam negeri namun juga Internasional. Tumbuhnya bisnis berdampak pada peningkatan permintaan pengiriman. Semua konsumen membutuhkan pengiriman produk pastikan barang yang dikirim tiba dengan cepat dan aman tepat waktu dan dalam kondisi baik. Suatu perusahaan memberikan pelayanan yang berkualitas dan bermutu tinggi yang dapat memuaskan tingkat minat konsumen akan mampu bertahan karena dapat memberikan nilai yang lebih unggul dari pesaingnya. Salah satu industri jasa yang dapat menerapkan hal tersebut adalah industri jasa pengiriman barang atau logistik.

Semua pelanggan membutuhkan pengiriman barang cepat, aman dan untuk memastikan barang yang dikirimkan sampai pada waktu yang tepat dan dalam kondisi yang sempurna. Semakin banyak orang yang membutuhkan untuk menggunakan jasa pengiriman atau logistik, yang membuat perusahaan bersaing memberikan pelayanan yang memuaskan pelanggan dan memahami kebutuhan pelanggan akan *Service Quality*. Dengan adanya hal tersebut akan memberikan nilai tambah bagi perusahaan. Ciptakan nilai yang mengungguli pesaing. Pelayanan yang diberikan tergantung pada kinerja pegawai yang dilayani untuk masing-masing penyedia layanan individu. Setiap perusahaan Logistik memiliki

beberapa layanan meliputi biaya, persyaratan, prosedur, dan waktu sehingga memungkinkan karyawan untuk memaksimalkan layanan untuk pelanggannya.

J&T Express adalah perusahaan jasa pengiriman barang, baik berupa dokumen maupun paket. J&T Express adalah perusahaan baru juga menggunakan IT untuk menyediakan jasa, perusahaan ini menawarkan keuntungan berupa penjemputan, jadi pelanggan tidak perlu ke kantor J&T untuk melakukan ini. Layanan J&T Express memiliki beberapa keunggulan, yaitu: (1) Barang dijamin sampai ke alamat tujuan. (2) Ongkos kirim tergolong ekonomis, (3) Tersedia informasi layanan, berupa tarif dan jaringan tersedia di www.jet.co.id; (4) Jaringan pengiriman barang via J&T Express menjangkau jauh seluruh Indonesia; (5) Gratis penjemputan dari pintu ke pintu bagi siapa saja tanpa syarat; (6) Layanan pelanggan disediakan online 24 jam; (7) Proses bea cukai yang sesuai.

Dalam meningkatkan bisnis diperlukannya manajemen dalam pemasaran, hal ini diperlukan mengingat perubahan bisnis yang tidak menentu. Adnan dan Abubakar (2021) menyatakan bahwa manajemen pemasaran memiliki tujuan untuk menginformasikan pelanggan tentang suatu produk, membantu dalam pengambilan keputusan, dan pada akhirnya menciptakan nilai ekonomis pada produk tersebut. Dalam meningkatkan pemasaran terdapat peran *Service Quality* dan kepercayaan (*Customer Trust*) juga sangat penting dalam peran pemasaran khususnya industri logistik.

Customer Trust adalah elemen kunci dalam menjalankan bisnis pengiriman barang, terutama di lingkungan yang sangat kompetitif seperti industri

ekspedisi. J&T Express memiliki komitmen yang kuat terhadap keamanan dan integritas dalam setiap langkah operasionalnya. J&T Express memahami bahwa pelanggan harus percaya bahwa barang-barang pelanggan akan tiba dengan aman dan dalam kondisi baik. Oleh karena itu, J&T Express memiliki prosedur dan teknologi yang ketat untuk memastikan keamanan pengiriman dan integritas barang. J&T Express memiliki jaringan pengiriman yang luas di seluruh Indonesia dan juga di beberapa negara di Asia Tenggara.

Dalam era kompetisi bisnis yang ketat saat ini, kepuasan konsumen merupakan hal yang utama. Konsumen ibaratkan sebagai raja yang harus dilayani meskipun hal ini bukan berarti menyerahkan segalanya kepada konsumen. Usaha memuaskan kebutuhan konsumen harus dilakukan secara menguntungkan atau dengan situasi sama menang (*win-win situation*), yaitu keadaan dimana kedua belah pihak merasa puas dan tidak ada yang dirugikan (Sangadji & Sopiah, 2013). Salah satu faktor mempengaruhi Customer Satisfaction adalah kepercayaan pelanggan (Minarsih, 2016). Pelanggan pada dasarnya berasal dari konsumen biasa yang mencoba menggunakan layanan dan produk pada perusahaan. Pelanggan terbentuk dari model kerjasama yang saling menguntungkan yang berlangsung dalam proses kerjasama antara penyedia layanan dan pengguna layanan. Tanpa adanya kerjasama yang saling menguntungkan, tidak ada yang namanya pelanggan. Dan juga tanpa kerjasama yang saling menguntungkan, itu hanya sebuah proses pembelian barang biasa tanpa ada pembelian barang yang berulang berikutnya.

Loyalty merupakan reaksi terhadap perilaku pembelian yang dapat terungkap secara terus menerus oleh Pengambil keputusan dengan memperhatikan satu atau lebih merek pengganti dari beberapa merek sejenis dan merupakan fungsi proses psikologis. Harus ditekankan bahwa ini berbeda dengan perilaku pembelian ulang, Customer Loyalty memiliki aspek emosional, tidak melibatkan aspek afektif. Penting sekali memperhatikan Customer Loyalty karena menentukan keberlangsungan suatu bisnis, dalam penelitian Adnan (2019) membuktikan bahwa beberapa elemen bauran pemasaran seperti variabel kualitas produk, citra merek, harga, dan periklanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian sehingga semua variabel tersebut juga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Customer Loyalty. Masih banyak pelayanan yang tidak sesuai harapan konsumen, sehingga membuat *Service Quality* yang di peroleh sangat rendah dan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Apabila pelayanan yang dihasilkan Perusahaan telah menjadi buruk di mata konsumen pada akhirnya merugikan perusahaan itu sendiri. Kepuasan konsumen terhadap perusahaan jasa didefinisikan sebagai Keadaan harapan konsumen untuk layanan berdasarkan fakta yang diterima tentang layanan yang diberikan kepada konsumen. Jika itu adalah layanan dari perusahaan jasa, jauh di bawah harapan konsumen, maka konsumen akan merasa kecewa. Sebaliknya jika pelayanan yang diberikan memenuhi harapan Konsumen, konsumen akan merasa senang dan setia terhadap jasa di tawarkan.

Bertahan atau tidaknya sebuah perusahaan tergantung pada kemampuannya perusahaan itu sendiri untuk memberikan pelayanan yang

memuaskan kepada pelanggan. Xu & Du (2018) melakukan penelitian yang membahas kepuasan terhadap loyalitas pada perpustakaan digital di Chinese Universities yang menunjukkan terdapat hubungan positif dan signifikan. loyalitas pada perpustakaan digital di Chinese Universities, ditemukan bahwa *satisfaction* merupakan hal yang paling penting dalam menentukan *loyalty* dari pengguna. *Customer Satisfaction* bisa menjadi senjata utama dan yang terpenting untuk muncul sebagai pemenang dari kompetisi. Akan tetapi sebaliknya, dimana itu bisa menjadi bumerang semakin menghancurkan posisi perusahaan dalam dunia bisnis. Manajemen perusahaan selalu dituntut untuk berupaya memperbaiki *Service Quality* dengan selalu memperhatikan kebutuhan dan harapan dari pelanggan. Bagaimana J&T Express menghasilkan pelayanan yang baik terhadap konsumen sehingga konsumen merasa puas dan setia terhadap jasa dan produk.

Semua ini harus dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai keuntungan yang maksimal sehingga perusahaan dapat terus tumbuh dan berkembang sesuai dengan tuntutan persaingan dan dapat menjadi pemimpin pasar yang hebat. Untuk dapat memberikan *Customer Satisfaction*, perusahaan harus mampu bersaing dengan perusahaan jasa pengiriman lainnya. Selain faktor kualitas layanan, teknologi pelacak pesanan, harga atau tarif pada ketentuan layanan pengiriman merupakan faktor penting dalam memilih industri jasa pengiriman barang yang dipilih oleh konsumen. Tarif pada sektor jasa pengiriman di Indonesia selama ini menawarkan variasi harga, yang ditawarkan tidak jauh berbeda satu sama lainnya, ketika melihat aplikasi Belanja online populer di Indonesia. Preferensi

konsumen di pilihan tarif murah atau mahal mungkin tergantung tentang kualitas layanan yang diberikan oleh jasa pengiriman kepada konsumen.

Fenomena munculnya J&T Express sebagai pemain baru yang agresif dan mendapat kepercayaan masyarakat yang semakin luas akhirnya membuat di tahun 2021 J&T Express mampu mendominasi persaingan pada perusahaan pengiriman dan mengalahkan posisi JNE maupun perusahaan pengiriman lainnya yang selama ini sudah memasuki persaingan sengit di Indonesia. Kehadiran J&T mengalahkan perubahan porsi segmen pasar para perusahaan pengiriman barang yang selama ini sudah dikenal masyarakat Indonesia dan J&T menjadi pemenangnya.

Faktor-Faktor penentu *Customer Satisfaction* pada J&T Express yang harus selalu diperhatikan *Service Quality* yang baik dalam suatu perusahaan akan menciptakan *Customer Satisfaction*. Ketika pelanggan puas dengan layanan yang diterima, Konsumen akan membandingkan layanan yang diberikan oleh perusahaan dengan perusahaan lainnya. Jika konsumen merasa puas, maka pelanggan akan menggunakan kembali serta memberi informasi kepada orang lain tentang bisnis anda. Oleh karena itu, perusahaan harus mulai memikirkan pentingnya hal tersebut, layanan pelanggan yang lebih baik berkat kualitas layanan, karena sekarang semakin disadari bahwa tekanan persaingan memaksa perusahaan untuk meningkatkan *Service Quality* dan memenuhi *Customer Satisfaction*. semakin lama, lebih banyak "pemain" baru di dunia layanan pengiriman. Oleh karena itu, perlu juga dilakukan kajian terkait dengan konsep loyalitas pelanggan, yaitu menjaga kesetiaan pelanggan tetap menggunakan jasa J&T Express.

Tabel 1.1
Hasil Observasi di J&T Express Kota Lhokseumawe

	Pelayanan yang diharapkan konsumen	Pelayanan standar yang ditetapkan J&T Express	Keadaan actual yang terjadi
1	Mempunyai Website agar konsumen dapat informasi perusahaan tersebut.	Mempunyai <i>website</i>	J&T Express memiliki situs web www.jet.co.id sebagai sarana informasi
2	Dapat memberi informasi terkait dengan keberadaan barang secara <i>realtime</i>	Memiliki fasilitas online tracking	J&T Express melakukan pengiriman barang dengan waktu yang tidak sesuai harapan pelanggan bahkan keberadaan barang tidak sampai.
3.	Pendistribusian barang yang cepat	Estimasi waktu barang sampai sesuai dengan pilihan paket pengiriman yaitu: a. Paket kilat untuk 1 hari sampai. b. Paket regular dengan estimasi 3-6 hari tergantung jarak tempuh	J&T Express melakukan pengiriman barang dengan waktu yang tidak sesuai harapan pelanggan bahkan barang tidak terlihat.
4	Bertanggung jawab terhadap keamanan barang yang dikirimkan.	Akan mengganti barang yang hilang atau rusak, maksimal sepuluh kali lipat dari ongkos kirim. Jika diasuransikan maka J&T Express akan menanggung biaya ganti rugi keseluruhan dari harga barang yang hilang atau rusak tersebut.	Pernah terjadi barang yang diterima pelanggan rusak atau tidak sesuai dengan kondisi pada saat dikirim.
5	Handal dalam mengatasi berbagai macam masalah	Memiliki Customer Service dan Call Center yang profesional untuk melayani keluhan pelanggan.	J&T Express telah memiliki Customer Service dan Call Center di line telephone 085280601188 (CC1), (CC2) 08116771188, 08116761188 (CC3), akan tetapi CS ini sulit untuk dihubungi

Sumber: Data diolah (2024)

Pada 04 september 2023, peneliti melakukan observasi awal di J&T Express berlokasi di Jl. Sukaramai No.91, Kota Lhokseumawe, Banda Sakti,

Aceh, Indonesia. Lokasi ini dipilih karena merupakan kantor pusat regional J&T Express. Lokasi ini akan menjadi objek dalam penelitian ini. Observasi dilakukan dengan melakukan wawancara singkat dengan sepuluh pelanggan J&T Express di kota Lhokseumawe yang dipilih acak. Selanjutnya, peneliti menyusun daftar layanan apa yang pelanggan harapkan dari jasa pengiriman J&T Express.

Dari tabel yang telah disampaikan sebelumnya terlihat bahwa sebagian besar semua layanan yang diharapkan konsumen belum terpenuhi oleh J&T Express. Namun pada poin di atas, ada kesenjangan antara ekspektasi konsumen dengan peristiwa yang terjadi, seperti status pengiriman Barang sudah diterima tapi barang belum sampai dan masih ada pelanggan Layanan dan call center sulit dihubungi. Dengan adanya masalah yang disebutkan di atas, akan membuat konsumen tidak puas dengan pelayanan yang diberikan oleh J&T Express. Jika hal ini dibiarkan itu akan menyebabkan kerugian besar bagi J&T Express ke depannya.

Masalah ini perlu segera diatasi karena akan mempengaruhi bisnis perusahaan dan layanan yang tidak profesional akan memberikan pengaruh yang kurang baik kepada pelanggan, pada akhirnya akan berdampak pada keuntungan perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, penulis melakukan penelitian lebih lanjut dengan mengangkat judul **“Pengaruh *Service Quality* dan *Customer Trust* terhadap *Customer Loyalty* Dengan *Customer Satisfaction* sebagai Variabel Intervening”**.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan indentifikasi masalah diatas, maka penulis membuat perumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* di J&T Express Kota Lhokseumawe?
2. Bagaimana pengaruh *Sevice Quality* terhadap *Customer Satisfaction* di J&T Express Kota Lhokseumawe ?
3. Bagaimana pengaruh *Customer Trust* terhadap *Customer Loyalty* di J&T Express Kota Lhokseumawe ?
4. Bagaimana pengaruh *Customer Trust* terhadap *Customer Satisfaction* di J&T Express kota lhokseumawe ?
5. Bagaimana pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* di J&T Express Kota Lhokseumawe ?
6. Bagaimana pengaruh secara tidak langsung antara *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* di J&T Express Kota Lhokseumawe ?
7. Bagaimana pengaruh secara tidak langsung antara *Customer Trust* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* ?

1.3.Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* di J&T Express Kota Lhokseumawe

2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* di J&T Express Kota Lhokseumawe
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Customer Trust* terhadap *Customer Loyalty* di J&T Express Kota Lhokseumawe
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Customer Trust* terhadap *Customer Satisfaction* di J&T Express kota lhokseumawe
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* di J&T Express Kota Lhokseumawe
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara tidak langsung antara *Service Quality*, terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* di J&T Express Kota Lhokseumawe
7. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara tidak langsung antara *Customer Trust* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction*

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktisi, antara lain sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Bagi Mahasiswa, melatih mahasiswa untuk dapat menguraikan dan membahas suatu permasalahan secara ilmiah, teoritis, dan sistematis. Serta sebagai tambahan pembelajaran bagi mahasiswa mengenai pembahasan yang terkait.

2. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dan literatur untuk penelitian yang akan datang.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Penelitian ini dapat menjadi masukan bagi konsumen
2. Penelitian ini bertujuan sebagai masukan dan acuan untuk melanjutkan penelitian di masa yang akan datang
3. Penelitian ini memberikan tambahan informasi bagi konsumen
4. Penelitian ini memberikan informasi penting pada jasa ekspedisi J&T Express

