

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Pada era modern saat ini, produk atau jasa yang bersaing dalam suatu pasar semakin banyak dan beragam akibat adanya keterbukaan pasar dan banyaknya kebutuhan konsumen. Hal ini juga mengharuskan setiap perusahaan menyusun kembali strategi. Sehingga terjadilah persaingan antar produsen untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta memberikan kepuasan kepada pelanggan secara maksimal, karena pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan rasa puas pada pelanggan. Salah satu tindakan untuk memuaskan konsumen adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada konsumen dengan sebaik-baiknya. Kepuasan konsumen senantiasa menjadi suatu keharusan untuk diperhatikan oleh setiap perusahaan. Kepuasan konsumen merupakan suatu indikator ke depan akan keberhasilan bisnis perusahaan, yang mengukur bagaimana baiknya tanggapan konsumen terhadap masa depan bisnis perusahaan (Assauri, 2012:11).

Faktor lain yang dapat mempertahankan pelanggan adalah kepercayaan. Kepercayaan dalam pemasaran jasa lebih menekankan pada sikap individu yang mengacu pada keyakinan konsumen atas kualitas dan keterandalan jasa yang diterimanya. Kepercayaan timbul dari suatu proses yang lama sampai kedua belah pihak saling mempercayai. Apabila kepercayaan sudah terjalin diantara konsumen dan perusahaan, maka usaha untuk membinanya akan lebih mudah, hubungan perusahaan dan konsumen tercermin dari tingkat kepercayaan konsumen. Apabila tingkat kepercayaan konsumen tinggi maka hubungan perusahaan dengan konsumen akan menjadi kuat. Salah satu cara yang dapat dilakukan perusahaan dalam membina hubungan dengan konsumen, yaitu segala jenis produk yang dihasilkan perusahaan harus memiliki kualitas atau kesempurnaan seperti yang seharusnya dijanjikan,

sehingga konsumen tidak merasa tertipu, yang mana hal ini dapat mengakibatkan konsumen berpindah ke produk pesaing.

Noeraini dan Sugiyono (2016) mengungkapkan dalam penelitiannya bahwa kepercayaan memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan pelanggan maka, akan semakin meningkatkan kepuasan pelanggan.

Perkembangan dibidang teknologi yang berdampak pada perekonomian Indonesia terutama pada bidang industri jasa meningkat cukup pesat. Hal ini terkait dengan semakin menjamurnya bisnis jual beli online. Dimana bisnis jual beli online ini membutuhkan jasa pengiriman paket untuk mengantarkan barang dari toko online kepada konsumennya dengan cepat, mudah, dan aman baik di dalam kota, luar kota maupun luar pulau (Yuniarta *et al.*, 2019). Keberadaannya yang strategis dalam meningkatkan kinerja arus barang dari satu wilayah ke wilayah lain menyebabkan banyak lahirnya perusahaan jasa pengiriman yang terus berkembang dan bersaing untuk merebut pasar.

PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) merupakan salah satu perusahaan pengiriman jasa yang melayani pengiriman dalam bentuk paket dan dokumen dengan tujuan dalam negeri melalui lebih dari 1.500 titik layanan eksklusif dari penjemputan hingga pengantaran yang tersebar diseluruh Indonesia. JNE didirikan pada tanggal 26 November 1990 oleh Soeprpto Suparno. JNE mencatat pertumbuhan bisnis yang positif lantaran di dorong pesatnya tren transaksi perdagangan elektronik (e-commerce) di Indonesia.

Menteri Perdagangan Agus Suparmanto menyebut bahwa telah terjadi revolusi industri di Indonesia. Gross Merchandise Value (GMV) atau nilai total transaksi e-commerce terus meningkat. Pada 2019, GMV e-commerce Indonesia mencapai US\$21 miliar atau Rp294 triliun. Dan diperkirakan tahun 2025 akan mencapai US\$82 miliar atau Rp 1,1 kuadriliun. (<https://ekbis.sindonews.com/berita/1472008/34/2020-potensi-pertumbuhan-bisnis-logistik-lebih-dari-30>, diakses pada 10 Mei 2020).

Dengan pesatnya transaksi perdagangan online (e-commerce) maka akan semakin banyak pula masyarakat yang menggunakan jasa pengiriman. Oleh karena itu, kualitas pelayanan menjadi sangat penting untuk dapat

memenangkan persaingan. Menurut Tjiptono dan Chandra (2016:59) “Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”. Dengan memahami apa yang di inginkan dan diharapkan oleh konsumen dari kualitas pelayanan yang diberikan, maka akan di dapat suatu nilai tambah tersendiri bagi perusahaan tersebut.

Kualitas pelayanan perlu mendapat perhatian besar dari perusahaan, karena kualitas pelayanan mempunyai hubungan langsung dengan kemampuan bersaing dan tingkat keuntungan perusahaan (Panjaitan dan Yuliati, 2016). Penelitian yang dilakukan oleh Handoko (2016), Sampurna dan Tasrif (2019) dan Napitupulu *et al.*, (2018) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, ini berarti bahwa semakin berkualitas pelayanan yang diberikan maka kepuasan yang dirasakan pelanggan juga akan tinggi. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan Endang dan Cholida (2017) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan penumpang di terminal Rajekwesi Bojonegoro.

Selain kualitas pelayanan, harga juga merupakan faktor penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Perusahaan harus mampu menentukan strategi harga yang sesuai dengan produk dan kemampuan perusahaan karena konsumen akan mempertimbangkan harga yang ditawarkan, dengan memberikan harga yang sesuai akan membuat konsumen tetap terjaga dan semakin meningkat (Ningtiyas, 2019).

Harga merupakan suatu nilai yang dibuat untuk menjadi patokan nilai suatu barang atau jasa. Menurut Kotler & Amstrong (2016:324) menyatakan bahwa “*Price the amount of money charged for a product or service, or the sum of the value that customers exchange for the benefits or having or using the product or service*”. (Harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk tau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan atau penggunaan atas sebuah produk atau jasa).

Penelitian yang dilakukan oleh Yuliana (2018) menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di “Little White Cafe” Bandung.

Namun berbeda dengan Kurniawati *et al.*, (2019) menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan restoran Pizza Hut cabang Jember.

Selain kualitas pelayanan dan harga yang baik, penyediaan fasilitas juga turut berperan dalam menjaring kepuasan konsumen. Fasilitas merupakan tolak ukur dari semua pelayanan yang diberikan, serta sangat tinggi pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan (Srijani dan Hidayat, 2017).

Menurut Kotler dan Armstrong (2014:58) fasilitas adalah segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen. Tujuan dari fasilitas adalah untuk mencapai tingkat kepuasan konsumen dan diharapkan konsumen akan mau untuk mengulangi lagi membeli jasa yang disediakan oleh perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Endang dan Sugiyanto (2019) mengemukakan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna gudang komoditi sistem resi gudang kabupaten Bojonegoro. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan Endang dan Cholida (2017) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa fasilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan penumpang di terminal Rajekwesi Bojonegoro.

Kualitas pelayanan yang baik, harga yang terjangkau, fasilitas yang lengkap, dan tingkat kepercayaan konsumen yang tinggi akan mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa yang telah diberikan oleh perusahaan. Apabila konsumen merasa tidak puas terhadap kualitas layanan, harga, fasilitas yang diberikan dan tingkat kepercayaan konsumen yang rendah maka konsumen tidak akan lagi menggunakan jasa pengiriman tersebut.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang membahas mengenai kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) sebagai objek penelitian serta pengaruhnya terhadap kepuasan dimediasi kepercayaan. Oleh karena itu dalam penelitian ini mengambil judul. **“Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pengguna Jasa Pengiriman Paket PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Jakarta.**

## **1.2. Perumusan Masalah**

Mengacu pada uraian di atas yang melatar belakangi penelitian ini, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna jasa pengiriman paket JNE di Jakarta?
2. Bagaimana pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna jasa pengiriman paket JNE di Jakarta?
3. Bagaimana pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna jasa pengiriman paket JNE di Jakarta?
4. Bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan pengguna jasa pengiriman paket JNE di Jakarta?
5. Bagaimana pengaruh Harga terhadap Kepercayaan pengguna jasa pengiriman paket JNE di Jakarta?
6. Bagaimana pengaruh Fasilitas terhadap Kepercayaan pengguna jasa pengiriman paket JNE di Jakarta?
7. Bagaimana pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Kepercayaan pengguna jasa pengiriman paket JNE di Jakarta?

### **1.3.Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna jasa pengiriman paket JNE di Jakarta.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna jasa pengiriman paket JNE di Jakarta.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna jasa pengiriman paket JNE di Jakarta.
4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan pengguna jasa pengiriman paket JNE di Jakarta.
5. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Harga terhadap Kepercayaan pengguna jasa pengiriman paket JNE di Jakarta.
6. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Fasilitas terhadap Kepercayaan pengguna jasa pengiriman paket JNE di Jakarta.

7. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Kepercayaan pengguna jasa pengiriman paket JNE di Jakarta.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi beberapa pihak. Pihak – pihak yang dimaksud antara lain:

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan bagi PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) untuk dijadikan pengembangan di masa yang akan datang untuk meningkatkan pelayanan yang lebih baik.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan agar dapat dijadikan sebagai bahan bacaan atau referensi serta bahan perbandingan bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian sejenis sebagai bahan untuk pengembangan penelitiannya.

3. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat melatih penulis dalam mengaplikasikan ilmunya. Dan sebagai sarana untuk menambah pengetahuan dan wawasan dalam penerapan teori yang diterima selama perkuliahan.