

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Perkembangan dunia bisnis yang sangat pesat akan berdampak terhadap tingkat persaingan antar perusahaan penyedia jasa pengiriman barang (Ekspedisi) dalam pemenuhan kebutuhan bagi masyarakat. Pesatnya perkembangan perusahaan penyedia jasa pengiriman barang, maka akan berdampak pada semakin tingginya tingkat persaingan antar perusahaan. Semakin tingginya permintaan masyarakat akan pengguna jasa Ekspedisi saat ini, perusahaan harus dapat mengembangkan kemampuan, keterampilan dan pengetahuannya untuk pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan. Kepuasan pelanggan secara individu sangat sulit dicapai karena keaneragaman keinginan pelanggan itu sendiri, oleh karena itu perusahaan di tuntut untuk lebih memahami keinginan pelanggan agar kepuasan pelanggan dapat terpenuhi.

Untuk memilih jasa pengiriman barang mana yang akan digunakan tentunya selaku konsumen pasti akan memilih menggunakan jasa dengan perusahaan yang sudah terpercaya. TIKI merupakan perusahaan jasa pengiriman barang yang sering digunakan oleh masyarakat Indonesia. Hal ini secara tidak langsung membuktikan tingkat kepuasan masyarakat kepada TIKI cukup tinggi. Citra merek yang berbeda dan unik dapat menciptakan differensiasi dengan para pesaing. Citra merek yang ada dimata konsumen sangat penting dalam menentukan pemakaian jasa yang akan digunakan. Salah satunya adalah agen TIKI D'Mansion yang akan diteliti berletak di Jl. Radjiman Widyodiningrat Jakarta Timur. Alasan peneliti memilih untuk melakukan penelitian di agen tersebut karena lokasi yang cukup strategis dimana di daerah sekitar lokasi masih jarang ditemukan perusahaan pengiriman barang sejenis dan pasti memiliki banyak konsumen.

Kualitas pelayanan juga mempengaruhi konsumen dalam menentukan jasa pengiriman barang mana yang akan digunakan. Selain itu, perusahaan dituntut untuk menetapkan harga yang berani bersaing dengan para pesaing serta manfaat yang didapat dari harga tersebut sebanding dengan yang diterima pelanggan. Secara umum pelanggan memilih harga yang paling murah, selain murah pelanggan akan berharap setelah mengeluarkan biaya, manfaat yang diterimapun akan tinggi. Pada dasarnya setiap pelanggan ketika sudah menggunakan jasa dengan harga murah sesuai dengan kualitas yang didapat dibarengi dengan manfaat yang diterima melebihi dari yang diharapkan maka mereka akan merasa puas. Disinilah pentingnya kegiatan pemasaran, karena dengan pemasaran yang baik, maka diharapkan kelangsungan hidup perusahaan akan terjamin dan dapat membentuk citra perusahaan yang berbeda dengan perusahaan pesaing.

Perusahaan yang unggul adalah mereka yang dengan tangkas menyiasati perubahan bisnis dan dapat memanfaatkan peluang-peluang yang ada dengan sesuatu yang efektif dan efisien, salah satunya dengan menciptakan kesan atau citra yang positif terhadap produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan. Pada dasarnya, membentuk merek yang kuat adalah membentuk kepercayaan konsumen terhadap produk dan jasa yang ditawarkan. Caranya dengan membentuk sebuah citra dan kesan yang positif, sebab sejarah memperlihatkan bahwa citra mempunyai kekuatan yang luar biasa dalam segala aspek kehidupan.

Yang menjadi pertimbangan lain pelanggan sebelum mengirim barang adalah kualitas pelayanan perusahaan. Kualitas pelayanan pada perusahaan Ekspedisi sangat penting, karena pelanggan secara langsung akan menerima manfaat dari perusahaan yang dipilih sehingga ketika kualitas pelayanan suatu perusahaan ekspedisi itu buruk maka akan membuat pelanggan memilih ekspedisi yang lain untuk memenuhi tingkat kualitas pelayanan yang diharapkan. Jadi pelanggan akan menggunakan jasa pengiriman barang yang dapat melayani pelanggannya dengan baik. Jadi Pelanggan akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau melebihi dari ekspektasi.

Selain faktor citra merek dan kualitas pelayanan, pelanggan akan mempertimbangkan harga sebelum mengirim barang. Disini perusahaan dituntut

untuk menetapkan harga yang berani bersaing dengan para pesaing serta manfaat yang didapat dari harga tersebut sebanding dengan yang diterima pelanggan. Secara umum pelanggan memilih harga yang paling murah, selain murah pelanggan akan berharap setelah mengeluarkan biaya, manfaat yang diterimapun akan tinggi. Pada dasarnya setiap pelanggan ketika sudah menggunakan jasa dengan harga murah sesuai dengan kualitas yang didapat dibarengi dengan manfaat yang diterima melebihi dari yang diharapkan maka mereka akan merasa puas.

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. pelanggan dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, pelanggan akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apabila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan sangat puas senang atau gembira Sunyoto (2013:35).

Dalam memberikan pelayanannya kepuasan pelanggan lah tujuan utama dari setiap kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan. Kepuasan pelanggan sangat penting bagi kedua belah pihak baik dari sisi pengguna jasa ataupun penyedia jasa. Pelanggan yang merasa puas akan memberikan review yang bagus terhadap perusahaannya sedangkan sebaliknya, jika pelanggan tidak merasa puas pelanggan tersebut akan memberikan review yang tidak bagus atau tidak akan merekomendasikan perusahaan tersebut dipakai kembali jasanya, karena telah memiliki pengalaman yang buruk setelah menggunakan jasa perusahaan tersebut. Dalam menciptakan kepuasan bagi pelanggan banyak upaya yang harus dilakukan dan perusahaan juga harus menetapkan strategi-strategi baru yang tepat bagi perusahaannya agar mampu memberi kepuasan bagi pelanggannya.

Dengan ketiga pertimbangan diatas yang memegang peranan penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan sehingga menjadi hal yang sangat perlu diperhatikan bagi perusahaan jasa pengiriman barang jika ingin mendapatkan kepuasan dari pelanggannya. Berdasarkan latar belakang inilah penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai citra merek, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada perusahaan jasa pengiriman barang. Harga yang

dimaksud pada penelitian ini adalah tarif atau ongkos kirim yang harus dibayarkan pelanggan setiap ingin menggunakan jasa pengiriman barang.

## **1.2. Perumusan Masalah**

Dari latar belakang diatas, para perusahaan jasa pengiriman barang perlu mengetahui apa saja yang dapat menjadikan loyalitas konsumen. Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka disusunlah pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Titipan Kilat (TiKi) D'Mansion?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Titipan Kilat (TiKi) D'Mansion?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Titipan Kilat (TiKi)?
4. Apakah citra merek, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Titipan Kilat (TiKi) D'Mansion?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan memberikan bukti empiris atas :

1. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan Titipan Kilat (TiKi) D'Mansion.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Titipan Kilat (TiKi) D'Mansion.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Titipan Kilat (TiKi) D'Mansion.
4. Untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan Titipan Kilat (TiKi) D'Mansion.

## **1.4. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi seluruh pembacanya, sebagai berikut :

1. Untuk Peneliti

Dengan adanya penelitian ini menjadi pengalaman dalam mengidentifikasi, menganalisa, serta menambah keterampilan dalam memecahkan masalah sesuai dengan teori yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan.

Merupakan salah satu syarat untuk memenuhi skripsi program Studi S1 Manajaemen Sekolh Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia serta dapat memberikan kontribusi berupa pemahaman dan berguna juga menjadi referensi bagi mahasiswa yang berkaitan dengan penyusunan laporan penelitian mengenai Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Titipan Kilat di D'Mansion Pulojahe .

2. Untuk Objek Peneliti

Dengan mengetahui hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk dapat mengetahui faktor-faktor yang bisa mempengaruhi loyalitas konsumen.

3. Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi penelitian selanjutnya dan memberikan manfaat kepada pihak lain memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.