

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ketatnya dunia bisnis di era globalisasi seperti saat ini membuat para pelaku bisnis harus memutar otak untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen yang semakin banyak dan beragam. Berkembangnya *e-commerce* cukup pesat di negara Indonesia pertumbuhan yang sangat pesat ini membuat *e-commerce* sebagai gaya hidup. Tentu saja dalam perkembangan dunia digital dan meningkatnya penggunaan *e-commerce* mempengaruhi dalam dunia pengiriman jasa. Dengan potensi bisnis *e-commerce* yang sangat besar itu, diharapkan perusahaan lokal bisa memanfaatkan potensinya agar bisa menjadi tuan rumah di negeri sendiri. Dan, hal ini yang telah dilakukan perusahaan jasa pengiriman dan logistik, JNE. Bagi JNE, perkembangan *e-commerce* telah mengubah budaya pengiriman di mana saat ini mayoritas pengiriman adalah berupa paket kecil.

Pesatnya pertumbuhan *e-commerce*, membuka kesempatan bagi JNE untuk turut memberikan kontribusi dalam proses pengiriman. Kini dengan jaringan yang berjumlah lebih dari 5000 titik layanan di seluruh Indonesia sampai dengan tingkat kecamatan disertai dengan gerai 24 jam di kota-kota besar, JNE mampu memberikan pelayanan maksimal sehingga *seller* maupun *buyer* dapat melakukan transaksi kapan pun. JNE juga menyediakan produk layanan sebagai fasilitas seperti PIPO (*Pick Up Point*), JOB (*JNE Online Booking*), dan JLC (*JNE Loyalty Card*), yang dapat mempermudah proses pengiriman para pelanggan. Kemajuan bidang *e-commerce* juga membutuhkan dukungan dari semua pihak dan sebagai perusahaan yang fokus di bidang distribusi barang selama 25 tahun, JNE selalu aktif berperan serta dalam memberikan dukungannya, baik dari kualitas serta kapasitas pelayanannya maupun program.

Gambar 1. Grafik Jumlah Pengguna *E-commerce* (2016-2021)

iPrice insights								PRODUK	KUPON	TREND	View in English	Unduh Laporan
Toko Online	Pengunjung Web Bulanan	Ranking AppStore	Ranking PlayStore	Twitter	Instagram	Facebook	Jumlah Karyawan					
1 Tokopedia	147.790.000	#2	#4	853.000	3.828.300	6.525.650	4.944					
2 Shopee	126.996.700	#1	#1	6.038.000	7.757.940	21.855.970	12.192					
3 Bukalapak	29.460.000	#6	#5	215.600	1.661.140	2.518.990	2.316					
4 Lazada	27.670.000	#3	#2	430.000	2.975.370	31.364.410	4.126					
5 Blibli	18.440.000	#8	#7	529.600	1.622.480	8.598.260	1.979					
6 Bhinneka	6.996.700	#21	#17	67.100	42.280	1.036.230	487					
7 Orami	6.260.000	n/a	n/a	5.820	6.040	351.770	211					
8 Ralali	5.123.300	#26	n/a	2.880	41.160	91.390	176					
9 JD ID	3.763.300	#7	#6	42.000	590.670	939.770	1.185					
10 Zalora	3.366.700	#5	#8	n/a	720.090	7.989.080	580					

Sumber : Kompas.com

Menurut Kompas.com, (Shalilah, 2021), Tokopedia menjadi *marketplace* dengan pengunjung terbanyak menggeser pesaingnya yaitu Shopee, data tersebut dihimpun oleh *iPrice*, pada kuartal II (Q2) 2021 Tokopedia merupakan *e-commerce* yang mendapatkan pengunjung atau *visitor* web bulanan paling banyak di Indonesia. Total pengunjung Tokopedia mencapai 147.790.000 rata – rata bulanan sementara shopee ada diperingkat kedua dengan 126.996.700 pengunjung. Menurut Kompas.com (K. Safitri 2020) Saat ini generasi milenial dan generasi Z menjadi penyumbang tertinggi transaksi *e-commerce* yakni 85%. Begitu hasil riset yang dilakukan Kredivo dan Katadata Insight Center (KIC) terkait perilaku konsumen *e-commerce* Indonesia. Menurut Mulya (2020) mengatakan bahwa 36% transaksi *e-commerce* disumbang oleh konsumen dengan usia 18 - 25 tahun, 49% disumbang oleh konsumen usia 26 – 35 tahun, 13% oleh usia 36 – 45, 2% tahun oleh usia 46 – 55, dan 0,2% oleh usia di atas 55 tahun. Hasil riset mengatakan, bahwa barang yang paling banyak dibeli dan diminati dalam bidang *fashion* sekitar 30% dari total transaksi sepanjang tahun 2019. , tetapi orang tua atau muda memiliki pilihan yang berbeda. Jika orang yang tua cenderung

Muhammad Dafa, 2022

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA EKSPEDISI JNE EXPRESS

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Manajemen

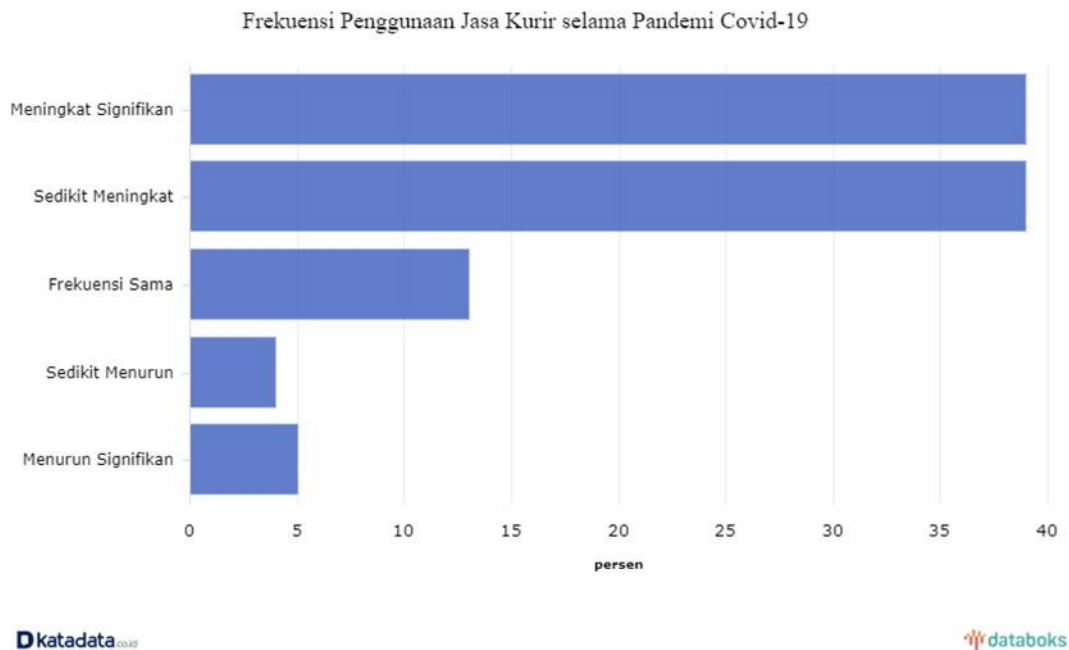
[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

memilih untuk jenis *travelling* sedangkan anak muda cenderung memilih yang berkaitan dengan teknologi.

Pada saat ini, di seluruh dunia mengalami pandemi COVID- 19. Pandemi ini pertama kali muncul di Kota Wuhan negara China dan dengan cepatnya virus tersebut menyebar ke seluruh dunia salah satunya yaitu negara Indonesia. Menurut halodoc (Fadli, 2021) Mengatakan bahwa kasus COVID 19 pertama di Indonesia diawali dari sebuah pesta dansa di Klub Paloma dan Amigos, Jakarta. Peserta acara tersebut bukan hanya warga negara Indonesia saja, melainkan multinasional, termasuk warga Jepang yang menetap di Malaysia. Tentu saja hal tersebut menyebar ke seluruh masyarakat Indonesia yang awalnya hanya 1 orang saja terkena COVID 19 sampai sekarang jumlah terkena COVID 19 mencapai 5.667.335 orang terpapar COVID 19 pada 4 – Maret – 2022 menurut data (covid19.go.id).

Menurut data boks (Jayani, 2021) mengatakan bahwa berdasarkan hasil survei *e – commerce* 2021 yang dilaksanakan pada 11.928 sampel usaha di seluruh provinsi Indonesia. Cakupan survei *e -commerce* 2020 adalah usaha yang menggunakan internet untuk menerima pesanan atau melakukan penjualan barang dan jasa selama tahun 2020. *E-commerce* sendiri didefinisikan sebagai penjualan atau pembelian barang atau jasa yang dilakukan melalui jaringan komputer dengan model yang spesifik dirancang untuk tujuan menerima atau melakukan pemesanan. Perdagangan secara *online* atau *e-commerce* tentunya membutuhkan jasa ekspedisi atau pengiriman barang dalam bentuk paket agar barang yang dibeli oleh konsumen melalui *e-commerce* bisa sampai ke tangan konsumen. dan di bawah ini menyatakan bahwa ekspedisi atau jasa pengiriman barang itu meningkat.

Gambar 2. Grafik Jumlah Pengguna jasa kurir



Sumber : databoks.co.id

Menurut data boks (Bayu, 2020) mengatakan bahwa, Hasil Survei cepat yang dilakukan MarkPlus, Inc. mencatat penggunaan jasa kurir untuk melakukan pengiriman barang meningkat selama masa pandemi virus COVID-19. Secara rinci, ada 39% responden yang mengakui frekuensi penggunaan jasa kurir meningkat signifikan saat masa pandemi. Sebanyak 39% responden menyatakan bahwa penggunaan jasa kurir sedikit meningkat. Kemudian, 13% responden menyatakan frekuensi penggunaan kurir pada masa pandemi tidak berubah dibandingkan sebelumnya dan sebanyak 4% responden mengaku penggunaan jasa kurir sedikit menurun saat pandemi. Sementara 5% responden menyatakan penggunaan jasa kurir menurun signifikan. Survei cepat MarkPlus, Inc dilakukan dengan 122 responden di seluruh Indonesia. Secara rinci, 59,8% responden berasal dari Jabodetabek dan 41,2% dari non – Jabodetabek.

Hasilnya menyatakan bahwa pada masa pandemi ini banyak masyarakat yang menggunakan jasa pengiriman barang yang telah melakukan jual beli *e-commerce*. Artinya, masyarakat semakin meningkat melakukan transaksi jual beli secara *online*

Muhammad Dafa, 2022

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA EKSPEDISI JNE EXPRESS

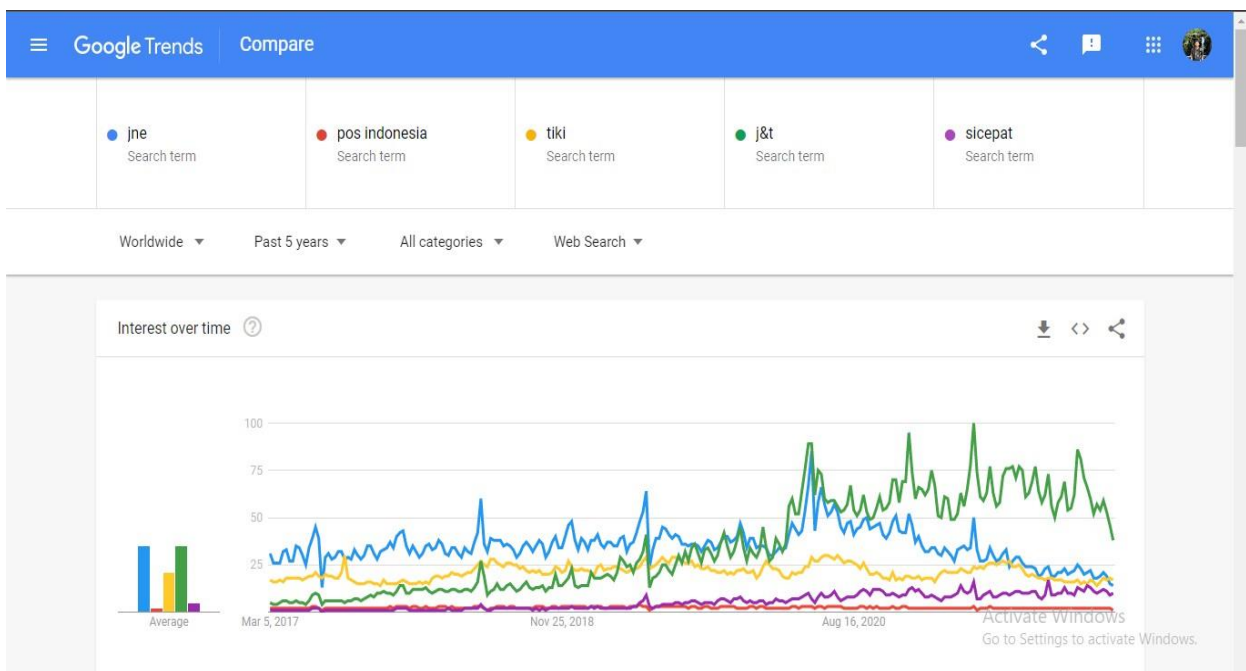
UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Manajemen

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

akibat adanya pandemi COVID– 19. Tentunya membuat semakin banyaknya permintaan jasa di dunia industri *e – commerce*.

Seperti yang kita ketahui banyak sekali perusahaan jasa yang berada di Indonesia terutama dalam bidang ekspedisi. Namun, hanya beberapa saja yang menjadi terpopuler di Indonesia. Menurut Google Trends terdapat 5 perusahaan ekspedisi terpopuler dalam jangka waktu 2016 – 2021 berikut tabel perusahaan ekspedisi terpopuler.

Gambar 3. Grafik Jumlah Pengguna Perusahaan Ekspedisi di Indonesia (2016-2021)



(Sumber: <https://trends.google.com/trends/explore?/geo=ID&q=jne,pos%20indonesia,tiki,j%26t,JNE>)

Menurut (Google Trends) Data yang tercatat oleh Google Trends menunjukkan bahwa perusahaan ekspedisi JNE mengalami penurunan 3 tahun terakhir dan sampai saat ini dan mengungguli para pesaingnya. Dan jika dilihat bahwa perusahaan ekspedisi JNE selalu meningkat setiap tahunnya dan meninggalkan para pesaingnya. , tetapi pada tahun 2021 ekspedisi JNE mengalami penurunan sehingga pesaing menduduki peringkat pertama yaitu J&T. JNE sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa dituntut untuk memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggannya. Keputusan pelanggan untuk menggunakan jasa pengiriman barang terjadi apabila

Muhammad Dafa, 2022

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA EKSPEDISI JNE EXPRESS

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Manajemen
[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

kualitas pelayanan pada perusahaan pengiriman barang tersebut sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan. Dengan diambil alihnya peringkat pertama dalam perusahaan jasa oleh perusahaan pesaing maka JNE harus memberikan kualitas atau meningkatkan pelayanan sehingga dapat kembali di posisi tersebut.

Gambar 4. Grafik Top Brand Perusahaan Ekspedisi menurut TOP BRANDS (2018-2021)

TOP BRAND INDEX FASE 2 2021

JASA KURIR

BRAND	TBI 2021	
J&T	33.4%	TOP
JNE	28.0%	TOP
Tiki	11.2%	TOP
Pos Indonesia	8.5%	
DHL	6.0%	

* Kategori online dan offline

TOP BRAND INDEX FASE 2 2020

JASA KURIR

BRAND	TBI 2020	
JNE	27.3%	TOP
J&T	21.3%	TOP
Tiki	10.8%	TOP
Pos Indonesia	7.7%	
DHL	4.1%	

TOP BRAND INDEX FASE 2 2019

JASA KURIR

BRAND	TBI 2019	
JNE	26.4%	TOP
J&T	20.3%	TOP
Tiki	12.6%	TOP
Pos Indonesia	5.4%	
DHL	3.8%	

TOP BRAND INDEX FASE 2 2018

JASA KURIR

BRAND	TBI	
JNE	45.0%	TOP
J&T	13.9%	TOP
Tiki	13.6%	TOP
Pos Indonesia	11.6%	
DHL	3.5%	

(Sumber: https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=jne)

Jika melihat data di atas, JNE menjadi salah satu perusahaan jasa pengiriman barang paket terpopuler dalam jangka waktu 2018-2020 JNE berhasil menduduki peringkat pertama dan sangat disayangkan pada tahun 2021 perusahaan ekspedisi JNE mengalami penurunan peringkat pada posisi kedua yang disusul oleh perusahaan pesaing mereka yang bergerak dalam bidang yang sama yaitu perusahaan J&T. Perusahaan ekspedisi JNE berpusat di kota Jakarta dan didirikan pada tanggal 26 November 1990 dan pendiri dari perusahaan ekspedisi tersebut adalah H. Soeprpto.

Menurut Republika (Hassan, 2020) JNE hadir sebagai divisi dari PT Citra Yan Titipan Kilat (Tiki) untuk mengurus jaringan pengiriman internasional. Pada tahun 1991, JNE memperluas jaringan internasional dengan bergabung sebagai anggota asosiasi perusahaan - perusahaan ekspedisi ke beberapa negara Asia (ACCA) yang berpusat di Hongkong. Berkat itu, JNE berkesempatan untuk mengembangkan wilayah ke seluruh dunia. JNE memutuskan untuk memperluas jaringan di dalam negeri karena persaingan pasar domestik mumpuni berkat jaringan domestik yang dilakukan oleh JNE tentu saja hal tersebut memberikan keuntungan bagi JNE di pasar domestik untuk memperluas pelayanan logistik dan distribusi di dalam negeri.

Hingga saat ini perusahaan ekspedisi ini sudah memberikan pelayanan kepada banyak konsumen dengan sangat baik sehingga memperoleh penghargaan seperti “*Indonesia WOW Brand 2021 Category Courier Service*” dari Markplus.Inc. JNE merupakan perusahaan jasa pengiriman yang dapat mengirimkan barang ke berbagai kota bahkan negara dan ada berbagai servis yang diberikan oleh JNE seperti REG (reguler), OKE (Ongkos Kirim Ekonomis), *Super Speed (SS)*, JNE Logistik, JNE *Freight*. Ekspedisi ini tentu saja sudah tidak asing ditelinga masyarakat karena telah banyak melayani masyarakat dalam urusan pengiriman barang dari kota besar hingga kota kecil sekali pun.

JNE sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa dituntut untuk memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggannya. Keputusan pelanggan untuk menggunakan jasa pengiriman barang terjadi apabila kualitas pelayanan pada perusahaan pengiriman barang tersebut sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan (Januar Efendi, 2016).

Gambar 5 Review Pengguna JNE Di Media Konsumen



Sumber : MediaKonsumen.com

Menurut media konsumen (Herni, 2020) Mengatakan, Dari gambar di atas dapat dilihat bahwa ada beberapa pelanggan yang merasakan kekecewaan atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan ekspedisi JNE sehingga pelanggan tersebut merasa bahwa pelayanan yang diberikan oleh JNE tidak maksimal dan tidak memuaskan bagi pelanggan sehingga dapat mengubah citra merek bagi perusahaan. Menurut (Januar & Yuliati, 2016) Permasalahan ini perlu segera di atasi karena akan memberikan dampak kepada perusahaan di mana kualitas pelayanan yang kurang atau tidak sesuai dengan harapan pelanggan akan memberikan pengaruh yang kurang baik kepada kepuasan pelanggan pada yang akhirnya akan berdampak bagi keuntungan perusahaan

Namun, masih banyak beberapa kesalahan yang dilakukan oleh JNE karena tidak mampu memberikan kualitas pelayanan yang baik pada kasus yang di atas dan beberapa kesalahan pada JNE. Pertama, Paket mengalami kerusakan dan keberadaan paket yang tidak pasti sehingga konsumen khawatir atas keberadaan paket. Kedua, Komunikasi yang buruk pada JNE. Ketiga, Tidak memberikan respons yang cepat ketika konsumen mengalami kerusakan pada paket/keberadaan paket yang tidak diketahui keberadaannya. Dari beberapa hal tersebut tentu saja pelanggan ragu untuk

Muhammad Dafa, 2022

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA EKSPEDISI JNE EXPRESS

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Manajemen

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

menggunakan jasa JNE kembali dikemudian hari karena tidak merasakan kepuasan atas pelayanan yang diberikan oleh pihak JNE.

Berdasarkan fenomena di atas maka dapat dikaitkan dengan beberapa penelitian terdahulu. Menurut penelitian (Brillyan & Mahfudz, 2018), kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. , tetapi menurut penelitian (Supriadi & Harimurti 2021) Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada jasa pengiriman JNE, Hal ini tentu saja membuktikan adanya perbedaan dari hasil kedua penelitian tersebut. Salah satu penelitian mengatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, , tetapi penelitian lainnya mengatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada jasa pengiriman JNE. Hal tersebut, memunculkan perbedaan hasil penelitian yang bertolak belakang, sehingga hal tersebut belum dapat dipastikan apakah kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan atau tidak.

Menurut penelitian (Aris Budiono, 2020) Citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berbeda dengan penelitian menurut (Retno Ayu, 2018) Hasil penelitian variabel citra merek berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di PT JNE Kota Gresik. Salah satu penelitian mengatakan bahwa, citra merek tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, , tetapi peneliti lain menyatakan bahwa citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, tentu saja hal tersebut memunculkan perbedaan yang bertolak belakang dengan hasil penelitian, sehingga belum dapat dipastikan sesungguhnya apakah citra merek mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Menurut penelitian (Farhan & Maya, 2021) Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa layanan JNE. , tetapi menurut penelitian (Supriadi & Harimurti 2021) Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan pada jasa pengiriman JNE. Hal tersebut tentu saja membuktikan bahwa adanya perbedaan dari hasil penelitian satu sama lainnya. Salah satu penelitian mengatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh dengan keputusan penggunaan oleh konsumen, tetapi penelitian lain mengatakan

bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan perusahaan jasa JNE, Tentu saja hal tersebut belum dapat dipastikan sesungguhnya kualitas layanan mempengaruhi keputusan penggunaan perusahaan jasa JNE.

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti menemukan adanya suatu *gap research* dari hasil penelitian yang terdahulu dengan hasil penelitian yang terbaru. Dengan adanya kondisi pandemi dan sebelum adanya pandemi, kemungkinan besar terjadi perbedaan hasil dari penelitian – penelitian sebelumnya terhadap pengguna perusahaan jasa ekspedisi JNE. Oleh karena itu, penulis ingin melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Penggunaan Pada Jasa Ekspedisi JNE”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, Terdapat beberapa rumusan dalam penelitian ini. Beberapa permasalahan yaitu :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
3. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa?
5. Apakah kualitas pelayanan dan citra merek secara tidak langsung terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan penggunaan jasa?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah pada penelitian ini, maka tujuan dengan adanya penelitian ini adalah :

1. Mengetahui dan membuktikan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan
2. Mengetahui dan membuktikan pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan

3. Mengetahui dan membuktikan pengaruh kepuasan pelanggan terhadap keputusan penggunaan jasa
4. Mengetahui dan membuktikan pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan jasa
5. Mengetahui dan membuktikan pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian

1.4 Manfaat penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memiliki manfaat positif bagi semua pihak, antara lain sebagai berikut

1. Manfaat Teoritis

Tentunya penelitian ini memiliki pengetahuan dan pengalaman yang berkaitan dengan manajemen pemasaran agar bisa meningkatkan wawasan untuk mengembangkan ilmu terutama pada kualitas layanan dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian pada jasa pengiriman JNE. Penelitian ini memiliki harapan agar bisa menjadi bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya supaya menjadi bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya agar bisa dikembangkan mengenai keputusan pembelian dimasa depan. Lalu diharapkan memperluas wawasan dan pengetahuan mahasiswa/i lainnya.

2. Manfaat Praktis

Sebagai bahan informasi untuk dunia industri jasa pengiriman khususnya JNE agar dapat membuat perencanaan tentang kualitas pelayanan, citra merek, dan kepuasan pelanggan dengan lebih baik lagi, sehingga terbentuk keputusan pembelian pada jasa pengiriman JNE