

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi di Indonesia sekarang ini telah menunjukkan kemajuan yang luar biasa. Banyak hal dari sektor kehidupan yang telah menggunakan keberadaan dari teknologi itu sendiri. Kehadirannya telah mengubah masyarakat Indonesia menjadi moderen, secara otomatis perkembangan tersebut merubah masyarakat menuju ke arah globalisasi.

Penerapan teknologi dan informasi ini menyebabkan perubahan dalam kebiasaan yang baru pada bidang bisnis. Seperti pemanfaatan E-Commerce sebagai media perdagangan yang menggunakan media internet yang saat ini tidak sulit untuk dijangkau oleh semua kalangan.

Salah satunya para pelaku bisnis, terutama bisnis online atau *e-commerce* menggunakan jasa pengiriman barang untuk mengirimkan barang ke customernya di seluruh Indonesia hingga ke luar negeri. Jumlah peminat bisnis belanja online pun semakin hari kian meningkat. Hal ini menjadikan jasa pengiriman memiliki hubungan erat dengan para pelaku bisnis. Melihat banyaknya jasa pengiriman barang yang ada di Indonesia membuat para pelaku bisnis perlu menentukan jasa pengiriman yang tepat untuk digunakan. Melakukan survey terhadap jasa pengiriman yang akan digunakan penting dilakukan untuk mengetahui kredibilitas jasa pengiriman yang ada. Selain itu, pelayanan yang profesional, kecepatan pengiriman, biaya pengiriman, kemudahan dalam menggunakan jasa, serta asuransi atau jaminan pengiriman yang ditawarkan menjadi faktor yang harus dipertimbangkan dalam menggunakan jasa pengiriman barang.

Industri jasa pengiriman barang di Indonesia dikuasai oleh beberapa merek besar, antara lain Pos Indonesia, JNE, TIKI, DHL, dan J&T. Barang yang dapat dikirim meliputi paket, dokumen dan lain-lain sesuai dengan standar persyaratan barang yang dapat dikirim masing-masing jasa pengiriman.

JNE merupakan salah satu perusahaan jasa pengiriman barang, yang didirikan pada tanggal 26 November 1990. Perusahaan ini dirintis sebagai

jaringan kurir internasional dan juga senantiasa berkomitmen untuk turut berperan aktif mendukung kemajuan perekonomian nasional dengan memberikan pelayanan terbaik kepada seluruh pelanggan setia JNE.

Pelayanan yang diberikan oleh perusahaan JNE yaitu dengan cara melayani konsumen dengan ramah, dan juga beragam jenis layanan yang dapat di pilih sesuai kebutuhan konsumen. Dalam menjalankan kegiatan usahanya JNE telah melayani pengiriman barang untuk kota-kota besar diseluruh Indonesia. Pengiriman tersebut dimulai dari paket-paket berukuran kecil sampai dengan paket yang berukuran besar. Tarif pengiriman yang dikenakan kepada konsumen jumlahnya bervariasi tergantung pada jauh dekatnya jarak kota tujuan.

Tabel 1. Top Brand Index PT. JNE Tahun 2015-2017

Merek	2015		2016		2017	
	TBI	TOP	TBI	TOP	TBI	TOP
JNE	43,5%	TOP	47,6%	TOP	49,4%	TOP
Tiki	36,2%	TOP	35,7%	TOP	34,7%	TOP
Pos Indonesia	6,7%		9,6%		8,4%	
DHL	2,1%		1,3%		1,3%	

Sumber : *Top Brand Award* Tahun 2015-2017

Berdasarkan pada tabel 1, dapat dilihat pada tahun 2015 JNE menduduki posisi pertama dengan persentase sebesar 43,5%. Kemudian pada tahun 2016 JNE mengalami kenaikan persentase posisi sebesar 4,1% dari 43,5% menjadi 47,6%. Kemudian pada tahun 2017 JNE mengalami kenaikan persentase posisi sebesar 1,8 dari 47,6% menjadi 49,4%.

Dari data tersebut dapat dilihat bahwa persentase JNE selama tahun 2015 sampai tahun 2017 telah mengalami kenaikan yang terus meningkat. Hal ini karena masyarakat di Indonesia merasa lebih mudah untuk berbelanja online dan juga mengirim dokumen menjadi lebih mudah dengan adanya jasa logistik.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang mengatakan bahwa loyalitas dapat dipengaruhi oleh beberapa variabel, antara lain kualitas pelayanan, harga, kepercayaan dan kepuasan. Menurut penelitian Yulia & Hardi (2017) mengatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas. Menurut penelitian Marcellus & Ni (2018) mengatakan bahwa kualitas pelayanan

berpengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian Tengku (2016) mengatakan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Menurut penelitian Vito (2017) mengatakan bahwa harga berpengaruh terhadap loyalitas sejalan dengan penelitian yang dilakukan Erni & Wiyadi (2016) bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Menurut penelitian Mira Annisa (2016) mengatakan bahwa kepercayaan merek berpengaruh positif terhadap loyalitas merek.

Berbeda dengan hasil penelitian Yulia & Hardi (2017) mengatakan bahwa kualitas pelayanan tidak langsung berpengaruh terhadap loyalitas. Menurut penelitian Tengku (2016) mengatakan bahwa harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas. Menurut penelitian Erwin (2017) mengatakan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Berdasarkan fenomena yang telah dijelaskan diatas yang diperkuat dengan adanya gap research dari hasil penelitian terhadulu, menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Kepercayaan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan JNE (STUDI KASUS MASYARAKAT RW 06 KELURAHAN BAMBU APUS)”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang di atas, dapat dirumuskan beberapa permasalahan yang akan menjadi permasalahan dalam penelitian ini. Beberapa permasalahan itu antara lain:

- a. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap loyalitas?
- b. Apakah harga berpengaruh langsung terhadap loyalitas?
- c. Apakah kepercayaan berpengaruh langsung terhadap loyalitas?
- d. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan?
- e. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan?
- f. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah dalam penelitian ini, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui dan membuktikan pengaruh kualitas pelayanan langsung terhadap loyalitas
- b. Untuk mengetahui dan membuktikan pengaruh harga langsung terhadap loyalitas
- c. Untuk mengetahui dan membuktikan pengaruh kepercayaan langsung terhadap loyalitas
- d. Untuk mengetahui dan membuktikan pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas melalui kepuasan
- e. Untuk mengetahui dan membuktikan pengaruh harga terhadap loyalitas melalui kepuasan
- f. Untuk mengetahui dan membuktikan pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas melalui kepuasan

### 1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak, antara lain adalah sebagai berikut:

- a. Manfaat Teoritis

Sebagai sumber pengetahuan dan pengalaman yang dapat menambah wawasan dalam pengembangan ilmu pengetahuan bidang manajemen pemasaran khususnya mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas melalui kepuasan. Penelitian ini juga diharapkan menjadi bahan perbandingan bagi peneliti selanjutnya dalam mengembangkan penelitian mengenai loyalitas yang akan datang serta memperluas pengetahuan teman-teman mahasiswa/mahasiswi lainnya.

- b. Manfaat Praktis

Sebagai bahan masukan bagi dunia industri jasa untuk merancang kualitas pelayanan, pertimbangan harga dan kepercayaan terhadap loyalitas perusahaan JNE melalui kepuasan.