

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia industri jasa akhir-akhir ini meningkat pesat dan bergerak secara dinamis. Para pengusaha dituntut untuk selalu mempersiapkan diri untuk menghadapi persaingan agar dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan secara berkesinambungan. Perusahaan dituntut untuk memiliki kualitas pelayanan yang baik agar dapat bertahan. Baik buruknya kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan akan berpengaruh langsung terhadap konsumen.

Seiring dengan meningkatnya kesejahteraan masyarakat, sekarang ini orang-orang sibuk bekerja sehingga menjadikan orang untuk hidup lebih praktis dan dinamis. Keterbatasan waktu yang dimiliki membuat orang tidak ingin repot dengan urusan mengantar paket kepada sanak saudara maupun kepada rekan bisnis. Peluang-peluang ini ditangkap dengan baik oleh perusahaan perusahaan jasa layanan antar kurir baik domestik maupun yang bertaraf internasional.

Bisnis jasa berupa layanan antar kurir termasuk dalam bisnis yang bergerak dalam bidang jasa. Untuk memiliki keunggulan bersaing pengusaha bisnis harus dapat memberikan kualitas yang lebih baik daripada pesaing agar dapat menimbulkan niat beli ulang pada konsumen. Bisnis jasa antar kurir merupakan bisnis jasa yang menuntut layanan prima kepada konsumen. Ditengah masyarakat yang semakin peduli akan kualitas jasa, layanan

yang prima menjadi sebuah kunci keberhasilan suatu perusahaan jasa. Apabila konsumen diberikan pelayanan yang baik dan memuaskan maka konsumen akan merasa puas dan konsumen akan berperilaku positif terhadap perusahaan.

Bagi perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa, kualitas pelayanan merupakan hal yang penting karena perusahaan jasa berbeda dengan perusahaan yang menghasilkan produk berbentuk fisik sehingga orang dapat melihat dan memutuskan untuk melakukan pembelian atau tidak. Sedangkan dalam perusahaan jasa, produk tidak dapat diamati bentuk fisiknya.

Salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa layanan antar kurir yaitu JNE (Express Across Nation). JNE adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa pengiriman. Memberi pengalaman terbaik pada pelanggan secara konsisten yang ditawarkan kepada konsumen harus menjadi komitmen JNE sehingga memberikan kepuasan kepada konsumen. Pimpinan dan management JNE berusaha untuk mewujudkan spesialisasi usaha dibidang cargo dan logistik secara profesional sesuai dengan perkembangan jaman saat ini yang membutuhkan mitra bisnis yang konsisten dan memiliki layanan serba prima.

Pada kenyataannya tidak semua orang merasakan kualitas pelayanan yang baik dari JNE. Ada sebagian pelanggan menyatakan tidak puas atas kualitas pelayanan yang telah mereka terima. Konsumen merasa tidak puas atas kinerja yang mereka terima seperti terlambat, barang hilang, dan juga lokasi sulit ditempuh.

Adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan membuat JNE harus berusaha memberikan pelayanan terbaik kepada setiap pelanggannya agar setiap harapan pelanggan dapat terpenuhi dan timbul niat beli ulang.

Loyalitas pelanggan merupakan dorongan perilaku untuk melakukan pembelian secara berulang-ulang dan untuk membangun kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk/jasa yang dihasilkan oleh badan usaha tersebut membutuhkan waktu yang lama melalui suatu proses pembelian yang berulang-ulang tersebut (Olson, 1993)

Gejala-gejala inilah yang mendasari penulis untuk mengadakan penelitian untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh pada niat beli ulang konsumen dengan judul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan JNE (Express Across Nation)**”

1.2 Identifikasi Masalah

Apakah terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan yang menggunakan jasa *JNE*?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan yang menggunakan jasa *JNE*

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Manfaat bagi akademisi :

Sebagai pengetahuan dan pengalaman bagi Universitas Kristen Maranatha dan orang-orang yang terdapat di dalamnya bahwa kualitas layanan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan.

2. Manfaat bagi praktisi :

Untuk mengetahui cara pemberian kualitas layanan yang baik kepada pelanggan karena dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan JNE.

3. Bagi penulis :

Untuk menambah pengetahuan dan menerapkan pengetahuan teoritis yang didapat selama perkuliahan, khususnya tentang pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas dan untuk memenuhi persyaratan akademis untuk mengikuti sidang sarjana lengkap Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Kristen Maranatha.

4. Bagi perusahaan :

Menerima beberapa masukan yang berupa saran-saran perbaikan yang berguna dalam menentukan strategi yang tepat pada masa yang akan datang sehubungan dengan pengaruhnya kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen.