

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini, kecepatan untuk mendapatkan sesuatu semakin terasa penting karena di era ini kebutuhan tiap individu semakin kompleks dan disertai dengan mobilitas yang tinggi. Karena hal ini, menyebabkan banyak perusahaan yang saling bersaing baik dalam hal menciptakan produk ataupun jasa agar dapat memenuhi tiap kebutuhan individu.

Bagi perusahaan, faktor utama selain kualitas pelayanan yang perlu diperhatikan adalah mengenai kepuasan dan loyalitas pelanggan. Karena faktor tersebut merupakan hal penting dalam memajukan perusahaan. Sehingga dapat memberikan banyak keuntungan bagi perusahaan maupun konsumen dalam melakukan transaksi. Dengan adanya keuntungan yang sangat besar, baik kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan harus terus ditingkatkan agar loyalitas pelanggan semakin meningkat dan menurunkan tingkat pesaing serta menaikkan keuntungan bagi perusahaan.

Menurut Kotler, kualitas layanan mengacu pada kinerja berwujud atau tidak berwujud yang dapat diberikan seseorang kepada orang lain, tanpa mengarah pada kepemilikan siapa pun [1]. Baik kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan keduanya mempunyai hubungan yang sangat erat. Biasanya kepuasan pelanggan akan muncul setelah pelanggan mengalami bagaimana kualitas layanan dalam organisasi. Kepuasan pelanggan merupakan ukuran apresiasi konsumen atas pelayanan yang diterimanya dibandingkan dengan ekspektasi. Tingginya kepuasan pelanggan akan mengakibatkan naiknya loyalitas pelanggan sehingga mengakibatkan kebutuhan dan keinginan pelanggan yang semakin tinggi sehingga perusahaan akan berusaha memenuhinya. Sedangkan loyalitas menurut Griffin, disebutkan bahwa "Loyalty is defined as non random purchase expressed over time by some decision making unit." Berdasarkan definisi diatas dapat artikan sebagai loyalitas merupakan suatu perilaku yang didasari oleh pengambilan keputusan terhadap pembelian layanan yang berkelanjutan (rutin) di suatu perusahaan atau organisasi. [2]

PT JNE merupakan perusahaan jasa khususnya logistik dan pengiriman. Kepercayaan konsumen dalam menaruh harapan pada JNE haruslah diimbangi dengan kualitas pelayanan yang diberikan. Kepercayaan dan harapan konsumen menyebabkan tuntutan tersendiri bagi JNE agar dapat memberikan pelayanan yang terbaik, dimulai dari waktu pengiriman hingga kecakapan pelayanan *customer service* dalam menangani seluruh pelanggan.

Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan, penulis mengamati JNE di Kota Bandung. Pemilihan lokasi ini didasari pada beberapa faktor. Dimana lokasi tersebut akan menjadi titik tumpu dalam penelitian ini.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penulisan latar belakang 1.1, maka terdapat beberapa rumusan masalah yaitu :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan JNE Bandung?
2. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan JNE Bandung?
3. Apakah kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan JNE Bandung?

1.3 Tujuan Pembahasan

Adanya rumusan masalah yang dikemukakan sesuai dengan 1.2, maka ada pula tujuan pembahasan yang akan dikemukakan yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan JNE Bandung.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan JNE Bandung.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan JNE Bandung.

1.4 Ruang Lingkup

Berdasarkan penjelasan permasalahan pada 1.3, maka terdapat ruang lingkup atau batasan untuk menjawab permasalahan tersebut, diantaranya :

1. Variabel bebas dibatasi untuk variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.
2. Penelitian dilakukan di JNE cabang Bandung
3. *Survey* dilakukan setiap hari.
4. Pengisian *survey* dilakukan oleh laki-laki maupun perempuan.
5. Pengisian *survey* dilakukan bagi orang (pribadi) yang melakukan pengiriman (bukan *online shop*).
6. Penelitian ini hanya berfokus pada 1 obyek penelitian yaitu JNE Cabang Bandung, bukan pada keseluruhan JNE di Indonesia. Apabila obyek dilakukan pada JNE di seluruh Indonesia maka akan terdapat perbedaan latar belakang, sosial, ekonomi dan budaya sehingga kemungkinan akan terjadi perbedaan pola perilaku, jawaban, dan hasil.
7. Adanya keterbatasan wawasan dan pengetahuan penulis mengenai pengolahan data, dan analisis.

1.5 Sumber Data

Dalam penulisan laporan ini, dibutuhkan penjabaran sumber data yang dibutuhkan sebagai berikut:

1. Data Primer
Data primer diperoleh dengan metode penyebaran kuesioner pada pelanggan JNE Bandung..
2. Data Sekunder
Data sekunder diperoleh dari metode studi literatur melalui jurnal, buku dan website.

1.6 Sistematika Penyajian

Materi-materi dalam laporan ini terbagi menjadi beberapa bab dengan sistematika penyajian seperti dibawah ini :

1. BAB 1. PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan, ruang lingkup, sumber data, dan sistematika penyajian laporan.

2. BAB 2. KAJIAN TEORI

Pada bab 2 ini berisi tentang teori-teori yang berhubungan dengan pembuatan laporan.

3. BAB 3. ANALISIS

Pada bab ini akan disajikan sejarah perusahaan, proses bisnis perusahaan, *instrument* penelitian serta pengumpulan data.

4. BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini disajikan mengenai hasil dari rumusan masalah yang telah ditentukan.

5. BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi mengenai kesimpulan dan saran dari peneliti terhadap perusahaan.

