

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jasa pengiriman adalah suatu organisasi laba atau perusahaan yang bergerak di bidang jasa dalam pengiriman. Pengiriman yang dilakukan berupa barang, paket dan dokumen dapat dikirim untuk tujuan domestik maupun internasional melalui jalur darat, laut dan udara. Kemajuan teknologi pun menjadikan perusahaan jasa pengiriman memiliki sistem kerja yang modern. Salah satu keunggulan yang dimiliki perusahaan jasa pengiriman saat ini adalah sistem online tracking. Pada sistem ini perusahaan maupun konsumen dapat dengan mudah melacak keberadaan barang yang dikirim.

Keberadaan jasa pengiriman barang tidak hanya memudahkan masyarakat umum namun juga bagi pelaku bisnis. Para pelaku bisnis, terutama pelaku bisnis online atau e-commerce menggunakan jasa pengiriman barang untuk mengirimkan barang customernya ke 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.

J&T Express merupakan perusahaan baru seperti halnya perusahaan pengiriman barang pendahulu mereka yaitu Pos Indonesia, JNE, Tiki, dan lain-lain. J&T Express harus mampu menciptakan suatu pelayanan yang baik terhadap pelanggannya agar pelanggan merasa tertarik untuk menggunakan jasa layanan J&T Express dan mampu bersaing dengan perusahaan pengiriman jasa lainnya. Semua fitur yang terdapat di JNE dan tiki juga terdapat di J&T Express, seperti fitur cek tarif ongkos kirim dan cek resi untuk mengetahui sudah sampai mana paket dikirim serta biaya kirim sepertinya tidak jauh berbeda dengan para pesaingnya, dijamin penyerahan barang atau kiriman ke alamat tujuan, Tarif yang cukup ekonomis, Layanan customer yang diberikan 24 jam, Proses ganti rugi barang yang tepat apabila barang ada yang rusak. J&T Express memiliki beragam varian layanan produk yang disesuaikan dengan kebutuhan *customer*.

Tabel 1.1 Varian Layanan Jasa J&T Express

Produk	Varian Layanan	Keterangan
DOM (Domisili)	REG (<i>Reguler</i>)	Paket yang dikirimkan hari ini akan segera tiba dalam waktu kurang dari 7 hari kerja.
	ECO (<i>Economy</i>)	Pengiriman paket dengan konsep ramah biaya, dan disesuaikan dengan kebutuhan
	ONS(<i>OneNight Services</i>)	Paket yang dikirimkan hari ini akan segera tiba keesokan harinya.
	SDS(<i>Same Day Services</i>)	Paket yang dikirimkan hari ini akan segera tiba pada hari yang sama.
	HDS(<i>HolidayDay Services</i>)	Pengiriman paket dengan pengantaran saat hari libur
	TDS(<i>Two Days Services</i>)	Waktu pengiriman paket hanya membutuhkan 2 hari saja untuk tiba ditempat tujuan.

Sumber: J&T Express

Pada Tabel 1.1 diatas terdapat berbagai pilihan varian produk layanan yang tersedia di J&T Express dengan menerapkan tingkatan tarif untuk setiap varian yang ada dengan durasi penyampaian yang berbeda, yang dapat membuat pelayanan di perusahaan J&T Express lebih efisien dan terkendali. Dengan adanya varian produk layanan

tersebut dapat memberikan penilaian terhadap konsumen, dengan sistem pelayanan yang seperti itu apakah konsumen merasa puas atau tidak, jika tidak maka perusahaan J&T Express harus meningkatkan pelayanan lainnya.

Perusahaan jasa pada bidang kurir ini berkembang sangat pesat. Hal tersebut dapat dilihat dari sebuah peningkatan dan pertumbuhan bisnis online yang akan nantinya berdampak signifikan pada peningkatan pengiriman paket setiap tahun, oleh hal tersebut pada tahun ini perusahaan J&T Express berhasil mencapai sebuah target pengiriman sebesar 1 juta paket/hari diluar momen *peak season*. Dari adanya sebuah peningkatan tersebut perusahaan J&T Express berhasil mendapatkan penghargaan bergengsi *Top Brand Award* pada tahun 2017, 2018 - 2019. Hal ini dapat dilihat pada tabel 1.2 sebagai berikut:

Tabel 1.2 Top Brand Award pada tahun 2017 - 2018Sumber: <https://www.topbrand-award.com>

BRAND	TOP BRAND INDEX 2017		BRAND	TOP BRAND INDEX 2018	
	TBI	TOP		TBI	TOP
JNE	49,4%	TOP	JNE	45,0%	TOP
TIKI	34,75	TOP	J&T EKSPRESS	13,9%	TOP
POS INDONESIA	8,45		TIKI	13,6%	TOP
DHL	1,3%		POS INDONESIA	11,6%	
			DHL	3,5%	

Tabel 1.2 menggambarkan bahwa J&T Ekspres menjasi Top Brand Award 2018 saat memasuki tahun ke 3 dengan index 13,9% Survei dilakukan pada bulan April hingga Mei 2018, dengan menggunakan tiga pangukuran yaitu Mind Share, Market Share, dan Commitment Share yang tertulis pada majalah marketing edisi juli 2018. J&T Ekspres menjadi salah satu jasa pengiriman unggulan dimata konsumen indonesia dalam waktu singkat walau hanya pemain baru dalam pasar jasa pelayanan pengiriman barang. J&T Ekspres mendudukin peringkat kedua dibawah para pesaingnya seperti Tiki, Pos Indonesia, dan DHL,

walaupun ditahun 2017 J&T tidak masuk daftar Top Brand 2017 Tetapi J&T bisa membuktikanya pada tahun 2018. .

Tabel 1.3 Top Brand Award pada tahun2019

BRAND	TOP BRAND INDEX	
	TBI	TOP
JNE	26,4%	TOP
J&T Ekspres	20,3%	TOP
TIKI	12,6%	TOP
POS INDONESIA	5,4%	
DHL	3,8%	

Sumber : www.topbrand-award.com

Dan setelah mendapatkan penghargaan tahun 2018 perusahaan J&T Express kembali berhasil meraih penghargaan *Top Brand Award* 2019 dimana pada penerimaan kali ini masih diselenggarakan oleh Lembaga yang sama dari sebelumnya, yaitu *Frontier Group* dan juga dengan majalah *Marketing* dengan memperoleh indeks lebih tinggi dari tahun sebelumnya yaitu sebesar 20,3%. Dari adanya sebuah penghargaan tersebut perusahaan dapat terbilang cukup sukses dalam memasarkan sebuah merek dan pelayanan hingga dapat disebut sebagai perusahaan yang bertumbuh sangat pesat berdasarkan waktu mulai beroperasinya.

Dengan melakukan segala upaya di atas untuk meyakinkan dan merebut hati konsumen, tentunya J&T Express berharap agar konsumen tersebut menjadi loyal dan kembali menggunakan jasa J&T Express ketika akan menggunakan jasa pengiriman di kemudian hari. Perusahaan menggunakan seorang selebriti karena dinilai mampu mendapatkan perhatian yang lebih dari masyarakat dan diharapkan agar selebriti tersebut dapat menyampaikan informasi mengenai produk ataupun jasa yang di iklankan sehingga konsumen dapat dengan mudah memahami dan menangkap informasi tersebut. Dengan pemberian informasi yang jelas dan dapat dimengerti dengan baik tentunya dapat menimbulkan suatu kepuasan tersendiri dan 6 kepercayaan yang diharapkan dapat menimbulkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian kembali di masa yang akan datang (repurchase).

Dari hasil tersebut didapatkan juga beberapa persepsi ketidakpuasan pelanggan mengenai pelayanan perusahaan, yaitu:

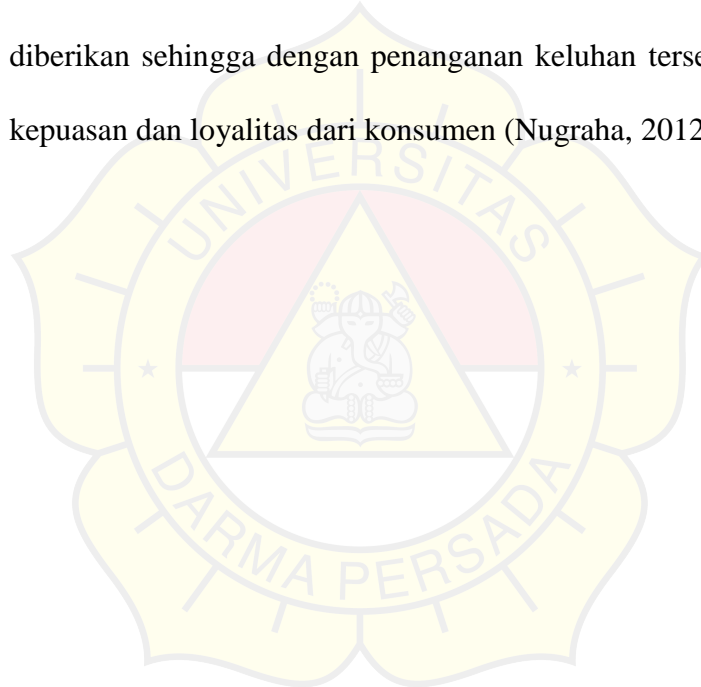


Gambar 1.1

Keluhan terkait kekecewaan pelanggan terhadap J&T Ekspres

Sumber :mediakonsumen.com, tahun 2020

Gambar 1.1 diatas menunjukkan bentuk kekecewaan konsumen terhadap pengiriman barang ekspedisi, Perusahaan jasa yang baik wajib menangani keluhan tersebut dengan baik sehingga konsumen merasa ada perbaikan dari ketidakpuasan konsumen terhadap jasa yang diberikan sehingga dengan penanganan keluhan tersebut dapat timbul kepuasan dan loyalitas dari konsumen (Nugraha, 2012).



Tabel 1.4

Keluhan pelanggan terkait dengan pengiriman J&T Ekspres

No	Keluhan
1	Packaging barang yang rusak

2	Hilangnya paket
3	Salah alamat mengirimkan barang
4	Paket rusak dan pengiriman barang yang lambat
5	Kurang peduli dan adanya respon yang sangat kurang baik dari karyawan

Sumber : Hasil Olah Data, 2020

Berdasarkan tabel 1.4 keluhan pelanggan diatas menunjukkan bahwa pengiriman barang J&T Ekspres memiliki penilaian yang kurang baik. Dari keluhan diatas bisa disimpulkan bahwa rata-rata konsumen J&T Ekspres mengalami masalah yang mengakibatkan keluhan konsumen kurang baik.

Menurut Kotler & Amstong dalam Sulistyawati (2018), kepercayaan merk adalah kesediaan konsumen untuk mempercayai suatu merk dengan segala risikonya karena adanya harapan di benak mereka bahwa merk tersebut akan memberikan hasil yang positif kepada konsumen sehingga akan menimbulkan kesetiaan terhadap suatu merk.

Menurut Meesala dan Paul (2016), Kepuasan konsumen merupakan faktor kunci yang mendorong ketika kinerja produk atau layanan melebihi harapan.

Menurut Griffin dalam Darlius (2018), loyalitas pelanggan dapat diartikan kesetiaan seseorang atas suatu produk, baik barang maupun jasa tertentu yang ditunjukkan dengan adanya perilaku pembelian.

Selain melihat data-data yang telah diuraikan sebelumnya, peneliti juga melakukan pra survey sebagai data observasi pertama dengan menyebarkan kuesioner melalui goggle form kepercayaan merek, Kepuasan konsumen dan Loyalitas Pelanggan bertujuan untuk mengetahui pendapat dari pelanggan yang pernah mengirimkan barang ke J&T ekspres. Berikut hasil pra survey pada penelitian ini :



Tabel 1.5

Tanggapan Responden Mengenai kepercayaan merek terhadap pengiriman barang J&T ekspres pada Wilayah jakarta timur

No	Pertanyaan	Rata-Rata
1	Pelanggan percaya atas keamanan barang yang akan dikirim melalui J&T	4,25

2	Pelanggan yakin akan waktu pengiriman barang yang dijanjikan oleh J&T	4,4
3	J&T menyediakan asuransi terhadap barang yang akan dikirim	4,2
4	Karyawan J&T yang selalu memperhatikan keamanan barang yang akan dikirim	4,5
Rata - Rata Keseluruhan		4,375

Sumber : hasil olah data, 2020

Berdasarkan tabel 1.5 menunjukkan dengan memberikan empat pertanyaan kepada 20 responden pada Wilayah jakarta timur mengenai kepercayaan merek pada pada J&T ekspres. Maka dapat diketahui bahwa hasil rata-rata yang diperoleh adalah sebesar 4,375 Artinya keseluruhan responden terhadap kepercayaan merek dalam mengirimkan barang pada J&T ekspres dikatakan Baik.

Dari segi Kepuasan konsumen peneliti melakukan pra survey mengenai kepuasan kosnumen dengan memberikan lima pertanyaan kepada 20 responden pada Wilayah jakarta timur mengenai Kepuasan konsumen pada J&T ekspres. Dari hasil observasi tersebut peneliti memperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 1.6

Tanggapan Responden Mengenai kepuasan konsumen terhadap pengiriman barang J&T ekspres pada Wilayah jakarta timur

No	Pertanyaan	Rata-Rata
1	Pelanggan merasa puas dengan kinerja karyawan J&T	4,5
2	Saya merasa puas terhadap harga jasa yang ditawarkan	4,35
3	Saya puas terhadap keseluruhan pelayanan yang diberikan J&T	4,3
Rata - Rata Keseluruhan		4,383

Sumber : hasil olah data , 2020

Berdasarkan tabel 1.6 menunjukkan dengan memberikan tiga pertanyaan kepada 20 responden pada Wilayahpisangan jakarta timur mengenai kepuasan konsumen pada pada J&T ekspres. Maka dapat diketahui bahwa hasil rata-rata yang diperoleh adalah sebesar 4,38 Artinya keseluruhan responden terhadap kepuasan konsumen dalam mengirimkan barang pada J&T ekspres dikatakan Baik.

Dari segi loyalitas pelanggan peneliti melakukan pra survey mengenai loyalitas pelanggan dengan memberikan empat pertanyaan kepada 20 responden pada Wilayah jakarta timur mengenai loyalitas pelanggan pada J&T ekspres. Dari hasil observasi tersebut peneliti memperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 1.7

Tanggapan Responden Mengenai loyalitas pelanggan terhadap pengiriman barang J&T ekspres pada Wilayah jakarta timur

No	Pertanyaan	Rata – Rata
1	Saya sering menggunakan jasa pengiriman barang pada J&T	4,25
2	Saya sering menggunakan jasa pengiriman barang pada J&T	4,75
3	Saya bersedia memberikan info dan kesan positif terhadap pelayanan J&T	4,15
4	Saat sebagai pelanggan tidak mudah terpicat akan penawaran yang diberikan para kompetitor J&T	4,3
Rata - Rata Keseluruhan		4,125

Sumber : Hasil olah data, 2020

Berdasarkan hasil tabel 1.7 menunjukkan dengan memberikan empat pertanyaan kepada 20 responden pada Wilayah jakarta timur yang dimana pertanyaan mengenai Loyalitas Pelanggan pada J&T ekspres. Maka dapat diketahui hasil rata-rata yang diperoleh adalah sebesar 4,125 artinya Loyalitas Pelanggan pada J&T ekspres dapat dikatakan Baik.

Dari semua hasil survey diatas dalam rangka observasi, maka dapat disimpulkan bahwa dilihat dari kepercayaan merek terhadap

kepuasan pelanggan dan dampaknya pada J&T Ekspres oleh Wilayah Jakarta Timur yaitu dalam kategori kurang baik, tetapi apabila dilihat dari segi Loyalitas Pelanggan dikatakan bahwa hasil Loyalitas Pelanggan cukup tinggi. Artinya walaupun kepercayaan merek terhadap kepuasan pelanggan tidak baik, tetapi pelanggan dipastikan akan loyal terhadap pengiriman J&T Ekspres.

Berdasarkan latar belakang diatas, menjadi kajian tersendiri bagi peneliti untuk meneliti seberapa besar Pengaruh Kepercayaan Merek, Terhadap Kepuasan Pelanggan dan dampaknya terhadap Loyalitas pelanggan . Maka dari itu peneliti tertarik dalam memilih judul skripsi ini sebagai berikut : **“PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK, TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PELANGGAN J&T EKSPRESS (Studi Kasus Konsumen J&T Ekpress di Wilayah Jakarta Timur .”**

1.2 Identifikasi, Pembatasan dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas, dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1.2.2 Pembatasan Masalah

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian

tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan dari penelitian ini tercapai. Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. penelitian ini hanya membahas apakah variabel kepercayaan merek terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan J&T Ekspres.
2. Pelanggan dalam hal ini yang menggunakan jasa layanan J&T Ekspres lebih dari 1 kali.
3. Kurang cepat dalam melakukan pelayanan terhadap pelanggan.

1.2.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka perumusan masalah yang akan digunakan pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh secara langsung antara kepercayaan merek terhadap kepuasan pelanggan pada J&T Ekspres ?
2. Bagaimana pengaruh secara langsung antara kepercayaan merek terhadap loyalitas pelanggan pada J&T Ekspres?
3. Bagaimana pengaruh secara langsung antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada J&T Ekspres?

4. Bagaimana pengaruh secara tidak langsung antara kepercayaan merek terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan pada J&T Ekspres?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh secara langsung antara kepercayaan merek terhadap kepuasan pelanggan pada J&T Ekspres.
2. Untuk mengetahui secara langsung antara kepercayaan merek terhadap loyalitas pelanggan pada J&T Ekspres.
3. Untuk mengetahui pengaruh secara langsung kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada J&T Ekspres.
4. Untuk mengetahui pengaruh secara tidak langsung antara kepercayaan merek terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan J&T ekspres.

1.4 Kegunaan Penelitian

Manfaat yang di harapkan dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan informasi atau pengetahuan baru kepada pihak-pihak yang berkepentingan dan dapat bermanfaat sebagai bahan pedoman atau pembanding untuk penelitian selanjutnya agar dapat menyusun proposal skripsi dengan baik dan benar.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, informasi tambahan dan dapat sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan J&T Ekspres untuk lebih memahami sejauh mana peranan kepuasan terhadap loyalitas Pelanggan. Serta dapat membantu perusahaan dalam mengambil kebijakan yang tepat dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

