

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pada Era Revolusi Industri 4.0 Persaingan bisnis semakin ketat, hal tersebut berlaku baik di pasar domestik maupun di pasar internasional. Dalam perubahan dan perkembangan pada bidang teknologi membawa dampak yang sangat besar di berbagai bidang yang mengikuti perekonomian Dunia, dari ekonomi industri menuju ekonomi jasa. Salah satu dari perkembangan teknologi tersebut ialah perkembangan pada pengiriman dan penerimaan barang yang dapat dilakukan dengan mudah, cepat, serta aman. Dengan adanya peningkatan perkembangan teknologi, maka kebutuhan jasa pengiriman barang semakin mengalami peningkatan yang cukup signifikan.

Kebutuhan hidup baik perseorangan maupun pada perusahaan saat ini semakin hari mengalami pertambahan. Dengan hal tersebut maka kebutuhan masyarakat pada pengiriman barang ke satu tempat ke tempat lain juga semakin meningkat dan ini memberikan dampak yang baik untuk kemajuan bisnis jasa pengiriman barang di indonesia. dampak tersebut dapat membuat bisnis pada pengiriman barang terus menerus akan meningkat dan akan memiliki peluang pasar yang baik.

Dengan adanya teknologi yang semakin bertambah canggih, membuat para pebisnis juga beralih ke Online dan masyarakat menyukai belanja Online

karena di rasa hal tersebut lebih praktis, tidak menguras tenaga, hemat waktu serta konsumen bebas untuk memilih produk dari berbagai penjuru daerah dengan menggunakan sebuah aplikasi yang ada di Handphone. Hal tersebut dapat terjadi peningkatan konsumsi suatu barang dan sangat berdampak pada peningkatan kebutuhan jasa pengiriman. Tingginya kebutuhan masyarakat akan layanan pengiriman barang, menjadi sebuah peluang bisnis tersendiri bagi para pelaku bisnis ekspedisi. Hal tersebut terlihat dari banyaknya jumlah perusahaan yang melebarkan sayap di bidang pengiriman barang. Erwin & Tumpal (2017) di indonesia sendiri, industri layanan pengiriman barang merupakan prospek usaha yang tingkat pertumbuhan ekonominya bertumbuh pesat dari tahun ke tahun. Bukan hanya perusahaan swasta saja, namun perusahaan milik negara juga turut serta berbenah diri dan menerapkan sejumlah kemudahan di dalam layanan pengiriman barang.

Adanya sebuah layanan pengiriman barang banyak dimanfaatkan oleh para pelaku bisnis online dalam merambah pasar diberbagai daerah, bahkan pada daerah plosok (terpencil). Dalam kondisi tersebut maka akan semakin banyaknya situs perdagangan online (e-commerce) dan dengan adanya transaksi yang tinggi terjadi, maka akan membuat sebuah peluang bisnis pada pengiriman barang itu menjadi jauh lebih cerah selama beberapa tahun terakhir. Ghajargar et al, (2016) mengungkapkan dalam penelitiannya bahwa meningkatnya layanan pengiriman barang disebabkan oleh pertumbuhan e-commerce yang semakin luas, dimana hal ini merupakan tantangan besar bagi

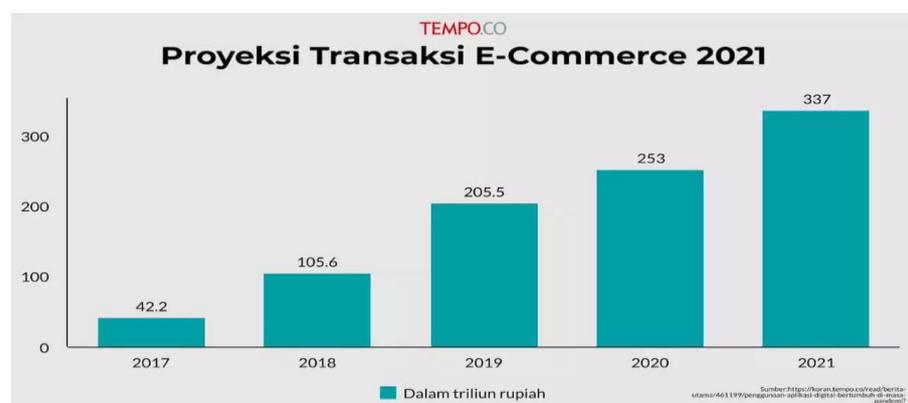
penyedia layanan pengiriman barang.

Berdasarkan data dari ([www.Liputan6.com](http://www.Liputan6.com)) Perkembangan usaha perdagangan berbasis online (e-commerce) di indonesia sangat signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Setidaknya hingga saat ini total jumlah e-commerce di indonesia mencapai 26,2 juta. Dalam kurun waktu 10 tahun, jumlah e-commerce yang ada di indonesia meningkat sekitar 17 persen.

Keberadaan e-commerce sebagai cara mutakhir untuk menjalankan sebuah bisnis telah sedikit banyak mengubah pola kehidupan masyarakat sekarang, fenomena e-commerce pada saat ini pada hakekatnya merupakan sebuah peluang sangat besar bagi para pelaku bisnis di indonesia. Hal ini yang menjadi kajian bagi pemerintah indonesia untuk mengontrol pertumbuhan e-commerce di indonesia yang semakin tak terkendali. Proyeksi Transaksi e-commerce indonesia tahun (2017-2021) dapat dilihat pada gambar 1.1 berikut:

**Gambar 1.1**

**Protyeksi Transaksi e-Commerce Indonesia (2017-2021)**



Sumber: [Tempo.co.id](http://Tempo.co.id)

Pada Gambar diatas disimpulkan bahwa perkembangan e-commerce saat ini tidak boleh di pandang sebelah mata, hal tersebut memberikan bukti yang nyata bahwa berbelanja secara online telah menjadi sebuah aktivitas yang cukup menarik karena memberikan pengalaman baru dalam berbelanja bagi para konsumen. Hal ini merupakan salah satu alasan para konsumen mulai beralih dari sebelumnya harus pergi berbelanja ke supermarket untuk membeli barang secara offline, dan sekarang konsumen mulai beralih secara online (digital) dengan hanya mengunjungi situs belanja pada marketplace. Dan di era digital masyarakat juga di tuntutan untuk mengikuti perkembangan zaman yang semakin canggih. Dengan adanya perubahan gaya hidup masyarakat indonesia dalam memanfaatkan berbagai inovasi di bidang teknologi komunikasi yang semakin efisien, praktis, cepat, sehingga e-commerce merupakan salah satu alternative yang tepat dalam melakukan transaksi-transaksi seperti menjual ataupun membeli barang. Sehingga Peluang inovasi yang terbuka besar dan pergeseran terhadap gaya hidup masyarakat menjadikan salah satu kekuatan bisnis e-commerce. Menurut Feriadi dalam Rahman (2017) yang menyebabkan pesatnya pasar e-Commerce bahkan pangsa pasar e-Commerce Indonesia merupakan salah satu yang paling terbesar di Asia.

Terkait Pada perusahaan terutama Pihak manajemen dituntut untuk memperbaiki kualitas pelayanannya. Bagaimana mereka merancang pelayanan mereka terhadap pelanggan sehingga para pelanggan selalu merasa

puas terhadap produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Hal tersebut perlu untuk ditempuh oleh perusahaan untuk mencapai profitabilitas yang tinggi sehingga perusahaan dapat terus tumbuh serta berkembang dengan pesat, sesuai dengan tuntutan persaingan dan bisa menjadi pemimpin pasar yang tangguh. Agar dapat memberikan tersendiri kepada pelanggan, perusahaan diuntut untuk dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan lain. Dalam persaingannya dengan perusahaan jasa pengiriman lainnya agar tetap eksis dalam jangka waktu yang sangat panjang.

Kualitas pelayanan adalah merupakan segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh sebuah perusahaan guna untuk memenuhi harapan konsumen atau pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk tolak ukur penilaian terhadap tingkat layanan yang diberikan suatu perusahaan.

Aspek-aspek yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu seperti yang dikemukakan oleh Parasuraman dkk (1998) dalam Tjiptono (2011:70) dimana kualitas pelayanan dikelompokkan ke dalam 5 dimensi yaitu Bukti Fisik (Tangibles), Keandalan (Reliability), Daya Tanggap (Responsiveness), Jaminan (Assurance), Dan Empati (Empathy). Apabila kelima aspek tersebut dapat dipenuhi oleh jasa pelayanan maka akan membentuk kepuasan dalam diri pelanggan untuk loyal menggunakan jasa pelayanan tersebut. Kualitas pelayanan merupakan faktor penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan untuk mendapatkan loyalitas pelanggan.

Loyalitas merupakan suatu hal yang sangat penting untuk jasa

pengiriman barang. Pelanggan yang merasa puas terhadap jasa yang digunakan maka akan menggunakan kembali jasa tersebut dan dengan adanya kepuasan maka akan berdampak pada perusahaan yang mengalami keuntungan yang sangat banyak. Menurut Sumarwan (2015:391) pembelian ulang yang terus menerus dari jasa yang sama akan menunjukkan loyalitas pelanggan kepada suatu merek. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan diantaranya perhatian (caring), kepercayaan (Trust), perlindungan (Length of patronage), dan kepuasan akumulasi (Overall Satisfaction).

Loyalitas pelanggan akan menjadi sangat penting untuk mempertahankan posisi perusahaan dipasar serta menciptakan efektivitas dan efisiensi perusahaan karena jika perusahaan tidak membangun loyalitas pelanggan maka kemungkinan perusahaan akan harus mengeluarkan banyak uang dan tenaga untuk mencari pelanggan baru serta hal tersebut dampaknya keperusahaan dan bisa juga mengalami kebangkrutan.

Menurut Kotler dan Keller (2009:138-139) Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berawal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Perusahaan akan memperoleh pelanggan dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan. Ketika pelanggan merasa puas maka akan terjalin hubungan harmonis antara produsen dan konsumen, menciptakan dasar yang baik pembelian ulang dan membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan sebuah perusahaan.

Kepuasan konsumen terhadap perusahaan jasa dapat diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu pelayanan sesuai dengan fakta (kenyataan) yang diterima tentang pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Jika pelayanan suatu perusahaan jasa tersebut ternyata jauh dibawah harapan konsumen maka konsumen akan merasa kecewa. Begitupun sebaliknya, jika layanan yang diberikan memenuhi harapan konsumen, maka konsumen akan senang. Harapan konsumen dapat diketahui dari pengalaman mereka sendiri saat menggunakan pelayanan suatu perusahaan jasa, omongan orang lain dan informasi iklan.

Pelanggan yang puas mungkin akan melakukan penggunaan jasa kembali dibanding pelanggan yang merasa tidak puas, dengan demikian semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan, maka semakin besar kemungkinan pelanggan mengulangi kembali penggunaan jasa yang sama. Pelanggan yang telah menggunakan jasa tersebut akan membandingkan dengan pelayanan jasa pengiriman lain. Jika pelanggan memutuskan merasa puas dan setia dengan satu layanan jasa maka pelanggan tersebut termasuk pelanggan yang loyal. Kemungkinan besar pelanggan yang puas akan merekomendasikan kepada pelanggan lain. Hal ini erat kaitannya dengan kualitas pelayanan untuk memenuhi harapan pelanggan dan membuat pelanggan loyal dengan perusahaan.

Dari beberapa perusahaan layanan yang dikenal oleh masyarakat Indonesia, J&T Express merupakan salah satu penyedia layanan pengiriman

yang bisa dikatakan baru dan belum lama beroperasi. J&T merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang jasa pengiriman yang terus berkembang di Indonesia. J&T Express merupakan perusahaan pengiriman barang yang menerapkan pembangunan teknologi sebagai sistem pembangunan ekstensif yang dimiliki.

J&T Express memanfaatkan teknologi E-Commerce yaitu melalui pelayanan order via *website, hotline dan Apps*. Estimasi waktu J&T Express pengiriman dalam satu provinsi adalah 1 hari. Sedangkan Estimasi waktu J&T pengiriman luar provinsi adalah 2-3 hari. Kehadiran J&T Express di pasar logistik di Indonesia sejak Agustus 2015 membuat semakin ketat persaingannya. Perusahaan asal Indonesia ini pun hadir dengan keunggulan kompetitif yang tidak dapat dipandang sebelah mata, hal ini dibuktikan belum genap berumur dua tahun, J&T Express sudah mampu menjangkau seluruh area di Indonesia.

J&T Express memfasilitasi layanan express untuk pelanggan yang ada di seluruh Indonesia. Jangkauan pengirimannya adalah dilakukan dalam kota, luar kota, antar provinsi, hingga ke daerah-daerah yang terjangkau dan juga pelanggan e-Commerce. J&T Express menyediakan layanan penjemputan dengan kecepatan transmisi yang tinggi. Pada saat yang sama juga mendukung pertumbuhan bisnis e-commerce (<https://jet.co.id>).

Dalam hal waktu, J&T Express konsisten dalam melakukan pengiriman barang dengan kecepatan yang telah teruji dan tepat waktu. Selain

itu juga memiliki sistem monitoring yang sangat baik melalui situs web [www.jetexpress.co.id](http://www.jetexpress.co.id). Jasa pengiriman tersebut dikelola oleh tim manajemen J&T Express yang profesional sehingga memudahkan pelanggan untuk melakukan pengecekan atau pelacakan paket kiriman. Dengan meningkatnya popularitas e-Commerce yang ada di Indonesia, J&T Express berjuang untuk membantu serta mendukung pertumbuhan e-Commerce Indonesia. Didukung dengan sistem IT yang canggih, J&T Express menjadi perusahaan ekspres pertama yang memberikan fasilitas tracking paket secara real time. J&T Express juga melakukan terobosan dengan beroperasi 365 hari sepanjang tahun tanpa libur pelanggan dapat mengakses layanan gratis jemput di tempat kapan saja dan dari mana saja melalui aplikasi Smartphone, website, dan call center.

J&T Express melakukan beberapa inovasi yang salah satunya melalui kerja sama dengan beberapa perusahaan e-Commerce seperti Shopee, Bukalapak, dan Tokopedia. Untuk ongkos kirim yang ditawarkan J&T tidak kalah bersaing dengan perusahaan jasa pengiriman sejenis itu. J&T juga memiliki 2.000 drop point dan hampir 2.000 collection point sehingga mudah dijangkau pelanggan di seluruh Indonesia. Untuk memberikan jaminan layanan, persorean memiliki nilai tambah, seperti klaim maksimal 3 hari kerja untuk barang pengiriman yang hilang ataupun yang rusak, tracking system online, dan titik lokasi 2.000 drop point.

Untuk membantu para pebisnis online di Indonesia J&T memberikan

layanan maksimal sesuai slogan yang dimiliki yaitu “*Express Your Online Business*”, di mana para pebisnis online dalam bisnisnya memiliki rasa tenang dan tanpa rasa khawatir terhadap keamanan barang yang mereka kirimkan.

Salah satu perusahaan jasa kurir yang memprioritaskan loyalitas pelanggan dalam pelaksanaan bisnisnya yaitu J&T Express yang merupakan pemain paling baru di bidang jasa pengiriman barang atau kurir dibandingkan dengan kompetitor lainnya seperti Pos Indonesia, JNE, Maupun TIKI.

**Tabel 1.1 Pendirian Perusahaan Jasa Kurir di Indonesia.**

<b>J&amp;T Express</b>	<b>JNE</b>	<b>TIKI</b>	<b>Pos Indonesia</b>
Agustus 2015	September 1990	September 1970	Juni 1995

Sumber : [www.Wikipedia.org](http://www.Wikipedia.org).

J&T Express merupakan perusahaan penyedia jasa ekspedisi yang baru muncul selama tiga tahun terakhir. Namun dengan durasi yang cukup singkat, J&T Express telah sangat dikenal oleh para konsumen dan dapat diterima oleh masyarakat dengan cukup baik. Kehadiran J&T Express di pasar logistik di Indonesia sejak Agustus 2015 membuat pasar ini semakin ketat persaingannya. Perusahaan asal Indonesia ini pun hadir dengan keunggulan kompetitif yang tidak bisa dipandang sebelah mata. Dalam setahun, J&T Express bisa menjangkau seluruh areal di Indonesia. Infrastruktur yang dibangun oleh J&T Express ini pun dirancang untuk melahirkan layanan yang cepat, aman, dan meminimalisir kesalahan pekerja (human error) yang bisa menurunkan layanannya. Selain itu, J&T Express

juga menggandeng beberapa pihak dalam membangun infrastrukturnya. Mereka berafiliasi dengan Garuda Indonesia Cargo untuk jalur pengiriman udara. J&T Express juga menggandeng idEA (Indonesian E-Commerce Association) sebagai asosiasi e-commerce di Indonesia dan Asperindo (Asosiasi Perusahaan Jasa Pengiriman Express Indonesia). Selain itu, J&T Express juga tengah membangun kerjasama dengan Shopee yang dinilai mampu mendorong pertumbuhan pengiriman J&T Express. Dari hasil perjuangan perusahaan J&T Express yang tak kenal lelah, perusahaan telah mendapatkan penghargaan Top Brand Award Khusus Jasa Ekspedisi dengan umur yang terbilang masih muda. Hasil Top Brand Award dapat dilihat pada tabel 1.2 dibawah ini:

**Tabel 1.2**

**Top Brand Award Khusus Jasa Ekspedisi (2020)**

<b>Merek</b>	<b>TBI</b>	<b>Keterangan</b>
JNE	27.3%	<b>TOP</b>
<b>J&amp;T</b>	<b>21.3%</b>	<b>TOP</b>
TIKI	10.8%	<b>TOP</b>
Pos Indonesia	7.7%	
DHL	4.1%	

Sumber : <https://www.topbrand-award.com>.

Dari data Top Brand Award diatas menunjukkan bahwa dalam kurun waktu 5 tahun, J&T Express (21,3%) dapat mengungguli perusahaan jasa kurir yang telah lama berkecimpung seperti TIKI (10,8%) dengan unggul

tingkat persentase 0,3% dan perusahaan BUMN yaitu Pos Indonesia (7,7%) dengan tingkat persentase 2,3%. Namun masih jauh dibawah JNE yang unggul dengan jumlah persentase sebanyak 45,0%. Kemudian untuk mendukung bahwa peneliti tertarik untuk meneliti jasa ekspedisi J&T Express, dilakukan juga kegiatan survey awal dengan cara memberikan kuisioner. Menurut hasil survey awal yang dilakukan oleh peneliti terhadap 30 responden yang telah ditetapkan, peneliti ingin mengetahui seberapa jauh perbandingan dari jasa ekspedisi yang paling di gemari oleh konsumen. Hal ini dapat dilihat pada tabel 1.3 dibawah ini :

**Tabel 1.3**

**Survey Konsumen**

<b>PERUSAHAAN EKSPEDISI</b>	<b>JUMLAH</b>
JNE	33%
TIKI	3%
J&T EXPRESS	47%
POS INDONESIA	17%

Sumber : Survey Awal Penelitian.

Berdasarkan tabel hasil jawaban konsumen pada saat survey awal, tampak bahwa jasa ekspedisi yang tertinggi yaitu J&T Express dengan memperoleh sebanyak 47% suara. Berdasarkan hasil tanggapan konsumen dapat ditarik kesimpulan bahwa konsumen yang menggunakan jasa ekspedisi J&T Express mempertimbangkan adanya jasa pelayanan jemput paket di tempat sehingga konsumen tidak perlu repot untuk datang ke lokasi. Selain itu pelayanan pengiriman yang lebih cepat serta harga yang ditetapkan bisa

dikatakan cukup murah.

Salah satu cabang dari J&T Express yang berada di Jawa Timur di Kabupaten Lamongan. Di wilayah Lamongan yang tersebar pada 27 kecamatan pada saat ini berjumlah sebanyak 13 kantor Drop Point. Dengan begitu banyaknya jumlah drop point J&T Express di wilayah Lamongan, menandakan bahwa pertumbuhan dari perusahaan sangat baik. Salah satu cabang dari J&T Express yang berada di Lamongan yaitu J&T Express DP Sugio Lamongan. Cabang ini cukup menarik karena posisi yang berada dalam suatu perumahan dan berbeda dengan kebanyakan cabang lain.

Meski menjadi pemain baru di bidang jasa kurir, J&T Express DP Sugio sangat sukses ditandai dengan tingginya jumlah paket yang diterima. Berdasarkan dari hasil pengamatan dan informasi dari J&T Express DP Sugio, menghasilkan data hasil jenis paket yang dipercayakan pada jasa pengiriman ini. Hal ini dapat dilihat pada tabel 1.4 dibawah ini:

**Tabel 1.4**

**Hasil Jenis Paket Yang Diterima J&T Express DP Sugio**

**Lamongan (Agustus – September 2021)**

JENIS PAKET	JUMLAH
Paket Pribadi	8%
Paket Bisnis Online	85%
Paket Berkas Atau Surat Penting	7%

Sumber: Pengamatan Peneliti dan Informasi Supervisor J&T Express

Dari hasil tabel diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa perilaku masyarakat saat ini sudah jauh berbeda dengan beberapa tahun yang lalu.

Masyarakat saat ini sudah sadar terhadap perkembangan teknologi yang semakin canggih khususnya pada dunis bisnis online, dilihat dari tabel diatas bahwa sebanyak 85% dikategorikan sebagai paket bisnis online. Kemudian konsumen juga memanfaatkan jasa ekspedisi dengan mengiirinkan paket pribadi seperti halnya baju untuk saudara di kota lain seperti jajanan khas dari kampung halaman (kue kering, makanan dalam bentuk frozen, dan masih banyak lagi) sebanyak 8%. Tidak lupa konsumen juga mempercayakan J&T Express untuk mengirimkan paket berkas atau surat penting seperti surat keperluan dari perusahaan (Instansi) terkait sebanyak 7%.

J&T Express dituntut untuk memberikan kualitas pelayanan yang baik terhadap pelanggan. Keputusan pelanggan untuk menggunakan jasa pengiriman barang terjadi apabila kualitas pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan memberikan kepuasan pelanggan dan menciptakan loyalitas pelanggan. Salah satu cabang J&T Express yang beralamatkan di jl. Raya Sugio, No.66, Kecamatan Sugio, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur, 62256. Mampu mencatatkan pertumbuhan pengiriman yang tinggi mencapai 50%. Peningkatan tersebut memberikan gambaran bahwa kualitas pelayanan yang diberikan setidaknya telah mampu memenuhi harapan dari pelanggan. Pelanggan yang merasa puas atas kualitas pelayanan tersebut tentunya tertarik untuk terus menerus menggunakan jasa pengiriman barang di J&T Express cabang DP Sugio.

Secara Umum dapat dikatakan bahwa kegiatan dasar dari pelanggan

dalam menggunakan jasa pengiriman adalah mengharapkan kualitas pelayanan yang baik, Bermanfaat, serta cepat dan amannya barang yang dikirim tersebut. J&T Express DP Sugio Lamongan menyadari bahwa setidaknya enam point kebutuhan pelanggan terhadap jasa pengiriman yaitu harga, kecepatan, keamanan, layanan yang jelas, real time tracking, dan reporting. Hal inilah yang menjadi landasan J&T Express DP Sugio Lamongan dan menjadikannya sebagai keunggulan bersaing.

Mengingat peran yang cukup strategis dari kepuasan pelanggan untuk kelangsungan perusahaan. Maka perlu dilakukan penelitian terhadap kualitas pelayanan yang diduga mempengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas maka penelitian ini mencoba untuk meneliti hal tersebut yaitu dengan mengambil judul yang berkaitan dengan **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PENGGUNA JASA PENGIRIMAN PAKET PADA J&T EXPRESS DP SUGIO LAMONGAN”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas dapat ditarik perumusan masalah dari penelitian ini yaitu :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada J&T Express DP Sugio Lamongan?

2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada J&T Express DP Sugio Lamongan?
3. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada J&T Express DP Sugio Lamongan?
4. Apakah kualitas pelayanan secara tidak langsung berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada J&T Express DP Sugio Lamongan?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka penelitian ini terutama bertujuan :

1. Untuk Mengetahui Pengaruh Secara Langsung Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan J&T Express DP Sugio Lamongan
2. Untuk mengetahui pengaruh secara langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada J&T Express DP Sugio Lamongan
3. Untuk mengetahui pengaruh secara langsung kepuasan pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada J&T Express DP Sugio Lamongan
4. Untuk mengetahui pengaruh secara tidak langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada J&T Express DP Sugio Lamongan

### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada

pengembangan ilmu pengetahuan khususnya teori-teori pemasaran yang terkait dengan variabel yang diteliti yaitu hubungan antara variabel kualitas pelayanan, kepuasan, dengan loyalitas pelanggan.

## 2. Manfaat Praktis.

Hasil Hasil Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan dalam mengambil kebijakan yang berkaitan dengan pengaruh antara variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Melalui kepuasan pelanggan pada J&T Express DP Sugio Lamongan.

Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian yang akan datang terkait dengan variabel yang diteliti.