

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Loyalitas pelanggan merupakan suatu hal yang sangat penting diperhatikan pada pihak perusahaan dan pelaku bisnis pada umumnya, hal ini juga nanti yang menjadi berkaitan dengan adanya hati pelanggan yang dimana merasa puas dengan adanya beberapa pelayanan dan kualitas yang diberikan pada perusahaan. Pada loyalitas ini juga bisa memberikan kemudahan pada pihak perusahaan dalam menghemat beberapa pengeluaran yang ada, dalam hal ini merupakan kegiatan secara berulang yang dilakukan pada pihak konsumen yang ada seperti dalam penggunaan jasa dan pembelian produk yang terdapat pada perusahaan tersebut. Sebagaimana terdapat juga pengertian loyalitas pelanggan yaitu menurut Griffin (2010) dalam Robby (2017:351) loyalitas pelanggan adalah seorang konsumen dikatakan setia atau loyal apabila konsumen menunjukkan perilaku pembelian secara teratur atau terdapat suatu kondisi dimana mewajibkan konsumen membeli paling sedikit dua kali dalam selang waktu tertentu.

Kualitas sendiri merupakan suatu hal yang sangat diperhatikan pada adanya loyalitas pelanggan. Hal ini tentu tidak hanya berkaitan pada kualitas produk berbentuk barang, akan tetapi dalam hal ini juga bisa berbentuk jasa yang memiliki kualitas baik. Pada kualitas disini berkaitan dengan pada layanan yang diberikan seperti dengan memberikan beberapa pelayanan yang telah dibutuhkan pada pelanggan, apabila pelayanan baik maka pelanggan secara

tidak langsung akan terjadi sifat loyal yang menjadikan perusahaan mengalami beberapa keuntungan seperti terjadi promosi dengan sendirinya pada pihak pelanggan melalui mouth to mouth.

Kepuasan Pelanggan yang ada merupakan sebagai titik ukur perusahaan dalam melakukan keberlangsungan seperti mendapatkan suatu respon hal yang positif atau justru sebaliknya yaitu mendapatkan suatu respon negatif dari adanya pihak masyarakat atau pelanggan yang ada. Pada hal Kepuasan Pelanggan tersebut berkaitan dengan penggunaan jasa yang ada. Baik itu dalam jasa ekspedisi, jasa utilitas, jasa infrastruktur dan beberapa jasa lainnya tentu berkaitan dengan adanya suatu kegiatan bisnis yang ada. Pemasaran sendiri memiliki artian sebagai suatu kegiatan yang dilakukan dalam pelaku usaha yang ada untuk menarik beberapa simpati orang lainnya dalam melakukan kegiatan jual dan beli terhadap suatu kegiatan bisnis yang ada selain itu juga dalam pemasaran juga dapat dilakukan seseorang dalam memperkenalkan beberapa hal yang baru terbilang inovatif atau pemikiran baru pada segi beberapa penyampaian baik itu dalam produk maupun jasa yang ada sehingga menimbulkan ketertarikan dalam pihak konsumen yang ada. Sedangkan Menurut Kotler dan Amstrong (dalam Priansa, 2017:4) menjelaskan manajemen pemasaran ialah suatu upaya manusia untuk mencapai hasil pertukaran yang diinginkan dan membangun hubungan yang erat dengan konsumen dengan cara yang menguntungkan bagi perusahaan. Sehingga dalam hal ini yang nanti pada kepuasan menjadikan faktor adanya loyalitas yang terdapat pada pelanggan.

Pada era globalisasi saat ini tentu banyak dari pihak beberapa perusahaan maupun pelaku bisnis dalam membentuk sistem pemikiran baru dengan menciptakan ide – ide kreatif yang akan dijalankan dalam bisnis yang ada, hal ini tentu dengan mengikuti pada adanya keinginan yang terdapat pada pelanggan seperti pada penjualan pada produk barang atau jasa. Akan tetapi hal ini tidak hanya berpikiran dengan penjualan saja, namun juga berpikir dengan adanya garansi. Garansi disini memiliki peran sebagai hal yang diberikan perusahaan atau pelaku bisnis kepada pihak pelanggan agar mempercayai terhadap produk yang telah ditawarkan, pada garansi juga yang nanti memberikan pada munculnya loyalitas pelanggan pada umumnya. Sehingga dalam hal ini yang menjadikan garansi merupakan sebagai hal paling dijunjung tinggi pada pelanggan untuk menilai sebagaimana produk yang terdapat pada perusahaan.

Tingginya pengguna internet yang ada pada saat ini banyak dari masyarakat melakukan beberapa pembelian produk barang yang terdapat pada e-commerce serta akan dilakukan pengiriman melalui jasa ekspedisi yang ada, hal ini tentu dalam melakukan beberapa pengiriman, pihak pelanggan tentu akan melihat dari adanya beberapa konsep seperti pada bisnis to customer yang memiliki artian sebagai langkah dalam perusahaan untuk memberikan layanan kepada pelanggan dengan memperhatikan produk yang ditawarkan baik itu barang atau jasa. Seperti memiliki suatu kualitas dan kepuasan yang baik maka akan munculnya loyalitas pelanggan, namun hal tersebut tidak mudah pada pihak pelanggan, hal ini tentu akan berkaitan melihat keunggulan yang lain

seperti dengan adanya garansi yang memiliki peran sebagai kepercayaan pelanggan. Tentu hal ini yang nanti menjadi faktor utama pada pihak pelanggan dalam melakukan pemilihan terhadap produk jasa, sehingga pada perusahaan perlu memperhatikan pada adanya kualitas layanan dan Kepuasan Pelanggan agar munculnya beberapa loyal pelanggan dengan ditambahkan beberapa hal keunggulan lainnya seperti pada adanya garansi.

Jasa Ekspedisi atau pengiriman suatu kegiatan bisnis yang berkaitan dengan adanya suatu jasa yang diberikan pada pihak perusahaan yang ada. Bisa di lihat pada kondisi saat ini jasa ekspedisi meningkat dengan cukup tajam seiring dengan adanya suatu peningkatan pada pengguna e – commerce yang ada seperti pada Shopee, Lazada, TokoPedia, dan Buka Lapak. Hal ini tentu karena adanya beberapa pihak konsumen yang melakukan pembelian yang ada, ditambah lagi dengan beberapa discount yang membuat pada pihak ekspedisi juga mendapatkan suatu over barang yang terdapat digudang. Pada hal tersebut tentu terjadi setiap adanya beberapa menjelang peringatan hari besar yakni seperti pada adanya Idul Fitri dan tanggalan yang terbilang kembar, terlebih lagi dengan adanya kondisi pandemi saat ini yang juga mengakibatkan banyak sekali pelanggan yang melakukan kegiatan tersebut tanpa memikirkan beberapa tujuan dalam membeli barang tersebut.

Dalam kegiatan bisnis pada bidang jasa ekspedisi atau pengiriman yang ada merupakan suatu kegiatan bisnis yang dapat bertahan hingga 5-10 tahun mendatang, karena bisa di lihat dalam hal ini bahwasannya banyak dari masyarakat akan cenderung memiliki perilaku tidak perlu keluar rumah dalam

melakukan kegiatan pembelian produk yang ada, sehingga hal ini yang nantinya akan bergantung pada adanya jasa ekspedisi yang ada. Pada hal ini yang menjadikan jasa ekspedisi merupakan produk yang paling memiliki peran sangat penting dalam kegiatan bisnis yang ada terlebih lagi telah melakukan kerja sama pada pihak kedua yaitu e-commerce. Dalam hal ini sebagaimana telah terdapat berupa data perkembangan penggunaan pada jasa ekspedisi, yaitu:

Tabel 1. 1 TOP Brand Indonesia 2017-2020

No.	2017		2018		2019		2020		Predikat
	Merk	TBI	Merk	TBI	Merk	TBI	Merk	TBI	
1	JNE	49,4%	JNE	45,0%	JNE	26,4%	JNE	27,3%	TOP
2.	TIKI	34,7%	J&T	13,9%	J&T	20,3%	J&T	21,3%	TOP
3.	POS	8,4%	Tiki	13,5%	Tiki	13,5%	Tiki	10,8%	TOP
4.	DHL	1,3%	Pos	11,6%	Pos	5,4%	Pos	7,7%	TOP

(Sumber : www.topbrand-award.com)

Pada tabel diatas merupakan gambaran beberapa penggunaan jasa ekspedisi yang paling banyak digunakan pada pihak konsumen yang ada, dalam hal ini bisa di lihat bahwasannya pada tabel diatas menunjukkan adanya perkembangan penggunaan jasa ekspedisi pada tahun 2017 – 2020. Bisa di lihat pada tahun 2017 – 2020 pada posisi pertama telah di duduki oleh adanya jasa ekspedisi pada JNE, akan tetapi dalam hal ini pada ekspedisi J&T Express

mengalami suatu perubahan yang dimana pada tahun 2017 tidak masuk kedalam adanya TBI, akan tetapi pada tahun 2018 – 2020 telah memasuki TBI dengan posisi kedua setelahnya JNE. Sehingga dalam hal ini bisa di lihat bahwasannya pada J&T Express merupakan suatu perusahaan jasa ekspedisi yang paling di favoritkan oleh pihak konsumen yang ada dengan durasi waktu yang terbilang cepat, hal ini dikarenakan adanya proses yang dijalankan sesuai pada strategi yang telah ditentukan.

J&T Express merupakan suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang ekspedisi yang tentu mendapatkan adanya kepercayaan pada pihak pelanggannya, sebagaimana dalam hal ini pada berita yang ada yaitu pada J&T Express , brand jasa pengiriman yang berfokus pada bisnis e-commerce di Indonesia menandakan pelayanan yang mencapai hingga 100 juta pelanggan (Tribun News, 2021). Hal ini yang menjadikan bahwasannya pada pihak konsumen yang ada telah memberikan beberapa kepercayaan pada pihak ekspedisi karena adanya suatu kualitas dan kepuasan yang ada dalam menggunakan pada jasa yang telah diberikan. Hal ini tentunya dalam mencapai 100 juta pelanggan, pihak perusahaan melakukan beberapa survei pasar terlebih dahulu, hal ini bertujuan agar mengerti kira – kira hal seperti apa yang telah dibutuhkan dan di inginkan dalam pihak konsumen yang ada. Sehingga dalam hal ini yang menjadikan pada J&T Express mengalami suatu perkembangan yang sangat signifikan, terlebih lagi saat ini telah munculnya program baru dengan sebutan J&T Premium dimana pada program ini barang akan dikirim hanya dalam waktu tiga hari saja, barang diambil langsung pada pihak produsen

atau pengirimnya, dan juga pasti menjamin keamanan 100% terhadap pada produk yang akan dilakukan pengiriman.

Berdasarkan penjelasan latar belakang yang telah dijelaskan, peneliti memilih judul *“Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Jasa Ekspedisi J&T Express yang dimoderasi oleh Garansi” (Studi Kasus Pada Pengguna Jasa Ekspedisi J&T Express Kota Surabaya)*.

1.2 Rumusan Masalah

Dari pemaparan yang diteliti oleh pihak penulis yang telah disampaikan diatas, beberapa rumusan masalah yang terdapat pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh Kualitas Layanan terhadap loyalitas pelanggan pada Ekspedisi J&T Express Surabaya ?
2. Apakah ada pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Ekspedisi J&T Express Surabaya ?
3. Apakah Garansi memoderasi pengaruh Kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada Ekspedisi J&T Express Surabaya ?
4. Apakah Garansi memoderasi pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Ekspedisi J&T Express Surabaya ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian yang telah dituliskan, maka terdapat tujuan pada penelitian ini, yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh dari Kualitas Layanan terhadap loyalitas pelanggan pada Ekspedisi J&T Express Surabaya

2. Untuk mengetahui pengaruh dari Kepuasan Pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Ekspedisi J&T Express Surabaya
3. Untuk mengetahui peran Variabel Garansi (Z) Memoderasi Kualitas Layanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada Ekspedisi J&T Express Surabaya
4. Untuk mengetahui peran Variabel Garansi (Z) Memoderasi Kepuasan Pelanggan (X2) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Z) pada Ekspedisi J&T Express Surabaya

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu manfaat kepada pembaca terkait ilmu pengetahuan dan sebagai bahan referensi penelitian selanjutnya baik dalam jurusan Administrasi Bisnis yang membahas tentang adanya kualitas dan Kepuasan Pelanggan terhadap loyalitas pelanggan yang dimoderasi oleh adanya suatu garansi.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pada pihak perusahaan dan pelaku bisnis yang ada sebagai pertimbangan dalam melihat suatu faktor pemasaran yang ada seperti pada adanya kualitas dan kepuasan layanan untuk mencari loyalitas pelanggan dengan tujuan agar dapat mendapatkan usahanya dengan lancar.