

## BAB 1 PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Semakin ketatnya dunia bisnis seperti saat ini membuat pembisnis harus merubah cara kerja untuk memenuhi kebutuhan para konsumen. inilah tantangan para pelaku bisnis bagaimana cara pembisnis membuat suatu konsumen tersebut merasa puas dengan apa yang mereka minta. Disinilah dampak yang harus dihadapi oleh perusahaan. Pelaku bisnis harus berfikir bagaimana cara menangani masalah tersebut. Perusahaan yang ingin mendapatkan keunggulan dan ingin berkembang harus bisa memberikan keunggulan produk yang baik berupa barang atau jasa yang kualitas baik dan harga bersaing, penyampaian layanan yang cepat dan sebaik mungkin kepada pelanggan memiliki peran penting bagi kemajuan perusahaan.<sup>1</sup>

Semacam jasa pengiriman barang banyak perusahaan yang menitikberatkan kepada seorang pelanggan. Dalam hal ini untuk meningkatkan kepuasan konsumen dalam menentukan pilihan perusahaan menggunakan starategi pemasaran yang baik.<sup>2</sup>

Dapat diketahui bahwa suatu kualitas pelayanan yang tinggi dengan menunjukkan kinerja pelayanan yang baik adalah salah satu strategi dalam menunjang keberhasilan suatu usaha. Perusahaan harus mengelola kinerja pelayanan yang tepat agar memenuhi kebutuhan para pelanggan dan pelanggan akan merasa puas serta akan menciptakanperasaan loyal pada para pelanggan.<sup>3</sup>

SURVPERF (*Survive Performance*) dikembangkan oleh Cronin dan Taylor dalam penelitian Agus Budi Purwanto,

---

<sup>1</sup> Brillyan Jaya Sakti, Mahfudz, "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Ketepatan Waktu Pengiriman dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada J&T Express Kota Semarang)," *Diponegoro Journal Of Management* 7, no. 4 (2018): 1.

<sup>2</sup> Adi Wahyu Nugroho, Budi Sudaryanto, "Pengaruh Kinerja Layanan Kepercayaan Kepuasan terhadap Loyalitas Konsumen dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang (Studi Kasus di Hiro Cargo Cabang Semarang)," *Diponegoro Journal Of Management* 2, no. 3 (2013): 1.

<sup>3</sup> Devi Elvita dan Tintin Suhaeni, "Pengaruh Kinerja Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan," *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi* 3, no. 1 (2017): 29.

beliau berpendapat bahwa ukuran dari kualitas jasa pelayanan adalah kinerja dari jasa dan pelayanan yang diterima oleh pelanggan itu sendiri dan konsumen hanya dapat menilai kualitas dari pelayanan yang benar-benar mereka rasakan sendiri.<sup>4</sup>

Terbukti bahwa tingginya suatu permintaan tidak diimbangi dengan kinerja pelayanan terbaik maka dapat mengakibatkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan semakin berkurang. Dengan ini dapat menjawab permasalahan dalam menentukan kualitas jasa dengan kinerja pelayanan dan kepercayaan karena konsumen hanya menilai kualitas yang diterima bukan persepsi mereka akan kualitas pada umumnya.<sup>5</sup>

Kepercayaan merupakan faktor utama dalam membangun sebuah loyalitas seorang pelanggan. Nabi Muhammad SAW mengajarkan bahwa modal utama seorang pembisnis adalah sebuah kepercayaan, karena ia memulai bisnisnya dengan bermodalkan kepercayaan (*trust*) saja, tanpa bermodalkan harta benda apapun.

Kepercayaan konsumen modal utama yang harus diperhatikan para pelaku bisnis. Kebanyakan seorang pembisnis melakukan upaya agar bisa membangun sebuah kepercayaan (*trust*) pelanggan, agar menjadi tarikan tersendiri untuk menarik parapelanggan. Karena kepercayaan bukanlah sesuatu yang ada dan hilang dengan sendirinya.<sup>6</sup>

Ketepatan waktu pengiriman adalah ketepatan waktu pengiriman suatu produk yang dipesan oleh pelanggan yang menjadi salah satu yang terpenting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Waktu pengiriman adalah jangka waktu pelanggan memesan suatu produk tersebut tiba di pelanggan. Waktu kedatangan suatu barang menjadi salah satu patokan para pelanggan untuk mengetahui atau menilai apakah

---

<sup>4</sup> Agus Budi Purwanto, "Pengaruh *Service Performance* dan *Relationship Marketing* terhadap Loyalitas Pelanggan," *Fokus Ekonomi* 10, no.1 (2015): 88.

<sup>5</sup> Adi Wahyu Nugroho dan Budi Sudaryanto, "Pengaruh Kinerja Layanan Kepercayaan Kepuasan terhadap Loyalitas Konsumen dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang (Studi Kasus di Hiro Cargo Cabang Semarang)," 2.

<sup>6</sup> Ika Fauzia Yunia, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Kencana, 2013), 17-20.

layanan antar tersebut baik atau tidak. Ada 3 indikator ketepatan waktu pengiriman yaitu: Jaminan/Garansi, Kesesuaian harga dan Tanggung jawab.<sup>7</sup>

Berbicara mengenai ketepatan waktu pengiriman di JNE Express memiliki keunikan tersendiri. Di JNE terdapat 3 produk yaitu produk YES, REG, OKE, yang mana ke tiga produk tersebut memiliki waktu pengiriman yang berbeda sesuai jangka waktu yang pelanggan inginkan. Dengan adanya produk tersebut pasti pelanggan akan tertarik dan akan melakukan pengiriman kembali ke JNE Express tersebut.

**Tabel 1.1**  
**Data Pengguna Produk di JNE Exspress Tahun 2019**

BULAN	YES	REG	OKE
Januari	32	189	169
februari	50	195	186
Maret	45	177	167
April	58	198	199
Mei	57	220	105
Juni	45	236	132
Juli	50	229	143
Agustus	35	189	127
September	47	191	109
Oktober	67	280	189
November	60	286	204
Desember	59	170	178

Sumber: Sales Counter JNE Agen Ngemplak Kudus

Berdasarkan Tabel 1 dijelaskan bahwa pada bulan Januari sampai dengan Desember jumlah pengguna produk YES, REG, OKE mengalami naik turun, di sini dapat diliat bahwa pengguna produk yang paling diminati adalah produk REG dan OKE karena produk tersebut relatif murah. Di sinilah keunikan yang dimiliki JNE Express bisa memilih pengiriman sesuai yang diinginkan.

<sup>7</sup> Brillyan Jaya Sakti dan Mahfudz, "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Ketepatan Waktu Pengiriman dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada J&T Express Kota Semarang).": 3-4.

Rasa puas tentu akan mendorong seorang pelanggan melakukan pembelian ulang pada produk tersebut, jika konsumen tidak puas justru akan menimbulkan rasa kecewa maka mereka akan menghentikan perilaku pembelian ulang. Pembelian secara berulang kali pada suatu produk yang sama makahal itu menunjukkan bahwa suatu konsumen tersebut merasa loyal terhadap layanan dan merek suatu produk tersebut. Loyalitas pelanggan tidak akan tercipta hanya dalam sekejap atau dalam satu pembelian, loyalitas harus dirangkai oleh perusahaan yaitu salah satunya dengan menyokong dan meningkatkan kinerja pelayanan yang diberikan kepada konsumen.<sup>8</sup>

Dengan demikian berdasarkan penjabaran di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian yang judul **“Pengaruh Kinerja Pelayanan, Kepercayaan, Ketepatan Pengiriman terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang (Studi Kasus Pelanggan di Counter JNE Express Agen Ngemplak Kudus)”**. Diharapkan penelitian ini dapat memberi manfaat bagi perusahaan agar lebih meningkatkan kinerja pelayanan, kepercayaan dan ketepatan waktu pengiriman agar tujuan dari yang di inginkan oleh Counter JNE Express Agen Ngemplak Kudus ini bisa tercapai.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang, maka penulis dapat menentukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kinerja layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa pengiriman barang di Counter JNE Express Agen Ngemplak Kudus?
2. Bagaimana kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa pengiriman barang di Counter JNE Express Agen Ngemplak Kudus?
3. Bagaimana ketepatan waktu pengiriman berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa

---

<sup>8</sup> Devi Elvita dan Tintin Suhaeni, "Pengaruh Kinerja Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan": 30.

pengiriman barang di Counter JNE Express Agen Ngemplak Kudus?

4. Bagaimana kinerja pelayanan, kepercayaan dan ketepatan waktu pengiriman berpengaruh terhadap loyalitas planggan dalam menggunakan jasa pengiriman barang di Counter JNE Express Agen Ngemplak Kudus?

### **C. Tujuan Penelitian**

Sehubungan dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji secara empiris pengaruh kinerja layanan terhadap loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa pengiriman barang di Counter JNE Express Agen Ngemplak Kudus.
2. Untuk menguji secara empiris pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan dalam pengiriman barang di Counter JNE Express Agen Ngemplak Kudus.
3. Untuk menguji secara empiris pengaruh ketepatan waktu pengiriman terhadap loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa pengiriman barang di Counter JNE Express Agen Ngemplak Kudus.
4. Untuk menguji secara empiris pengaruh kinerja pelayanan, kepercayaan dan ketepatan waktu pengiriman berpengaruh terhadap loyalitas planggan dalam menggunakan jasa pengiriman barang di Counter JNE Express Agen Ngemplak Kudus.

### **D. Manfaat Penelitian**

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis, di antaranya:

1. Manfaat Teoritis
  - a. Sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dan masukan bagi pemimpin dalam meningkatkan kinerja layanan, ketepatan waktu pengiriman serta dapat memberikan masukan bagi perusahaan mengenai cara unutup meningkatkan loyalitas pelanggan.
  - b. Sebagai landasan untuk penelitian lebih lanjut tentang kinerja pelayanan, kepercayaan dan

- ketepatan waktu dalam membangun loyalitas pelanggan dalam jasa pengiriman barang.
- c. Mendukung teori yang berhubungan langsung dengan teori pada penelitian ini.
2. Manfaat Praktis
- a. Bagi Counter JNE Express Agen Ngeplak Kudus:
    - 1) Memberikan informasi seberapa penting tentang kinerja layanan, kepercayaan dan ketepatan pengiriman sebagai penunjang aktivitas perusahaan tersebut agar berjalan secara efektif dan efisien.
    - 2) Untuk meningkatkan kinerja layanan, kepercayaan dan ketepatan waktu pengiriman dalam membangun loyalitas pelanggan sehingga berdampak pada peningkatan aktivitas penjualan jasa pengiriman barang.
  - b. Bagi pelanggan:
 

Memberikan pelayanan yang baik sesuai aturan yang sudah diterapkan.
  - c. Bagi Peneliti:
    - 1) Penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai bekal referensi tambahan untuk penelitian selanjutnya.
    - 2) Penulis dapat mengetahui masalah-masalah yang berkaitan dengan perusahaan, khususnya dalam bidang jasa pengiriman barang dan selanjutnya akan dapat berguna sebagai bekal apabila terjun langsung ke masyarakat dan dunia kerja.

## E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam skripsi ini adalah:

Bagian awal skripsi berisi halaman judul, halaman pengesahan, halaman pernyataan, halaman abstrak, halaman motto, halaman persembahan, halaman pedoman transliterasi Arab-Latin, halaman kata pengantar, halaman daftar isi dan daftar lampiran.

Bab *pertama* berisi pendahuluan yang merupakan gambaran umum penelitian. Bab ini memuat latar



belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

Bab *kedua* merupakan landasan teori. Bab ini memuat deskripsi teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis.

Bab *ketiga* merupakan metode penelitian yang terdiri dari jenis pendekatan, populasi dan sampel, identifikasi variabel, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

Bab *keempat* merupakan hasil penelitian dan pembahasan yang terdiri tentang gambaran objek penelitian, analisis data (uji validitas, uji reliabilitas, uji pra syarat, hipotesis).

Bab *kelima* merupakan bab penutup yang berisikan kesimpulan dan saran-saran.

Bagian terakhir dari skripsi ini berisi daftar pustaka dan lampiran-lampiran.

