

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian**

Saat ini kemajuan teknologi sangat mempengaruhi kondisi ekonomi Indonesia khususnya sektor industry jasa yang mendorong pergerakan perusahaan di sektor jasa agar selalu berkreaitivitas serta mampu memberikan inovasi saat memberikan jasa yang dijualnya sehingga perusahaan mampu tetap terkenal maupun bersaing. Pesatnya pertumbuhan ilmu pengetahuan disertai teknologi di bidang bisnis mengakibatkan ketatnya persaingan sehingga dari kondisi ini mendorong pembisnis agar mampu mengikuti hal tersebut demi tetap bisa bertahan dan tumbuh dalam menjalankan suatu bisnis tertentu. Berkembangnya teknologi sangat erat kaitannya terhadap kemajian bisnis jual-beli online yang pebisnis online lakukan misalnya masyarakat ataupun toko-toko online. Hal ini dikarenakan penggunaan teknologi dapat memberikan kemudahan seseorang dalam belanja, berjualan ataupun melaksanakan kegiatan online lainnya. Dari sebab tersebut, seluruh kegiatan individu baik masyarakat maupun pelaku usaha online dapat dilakukan dengan sangat mudah. Dari banyaknya pelaku usaha dibidang jasa, hal yang sangat dibutuhkan yakni jasa mengirim barang untuk menunjang segala aktivitas kegiatan sehari-hari. Semakin banyaknya pelaku usaha yang menjalankan bisnis online maka semakin banyak pula masyarakat yang membutuhkan jasa pengiriman sebagai pihak perantara dalam jual beli online.

Hal ini mengakibatkan masyarakat dan pelaku usaha mempunyai beragam pilihan dalam menyeleksi jasa mengirimkan barang yang bisa dipercaya, menyediakan layanan yang maksimal, serta harga yang murah agar mempermudah aktivitas pelanggan saat mendistribusikan barang ke tujuan dengan tepat.

Di era ini, perkembangan bisnis online sangat maju dapat mendorong kemunculan perusahaan ekspedisi atau disebut dengan jasa pengiriman barang. Banyaknya perusahaan ekspedisi yang berkembang di Indonesia yang membangun daya saing bisnis ekspedisi semakin sulit serta makin menonjol akan kompleksitasnya. Setiap konsumen dan pelaku usaha bisnis online pastinya akan memilih jasa ekspedisi yang dianggap terpercaya, tercepat dan praktis sehingga perusahaan jasa ekspedisi harus mampu memberikan kepercayaan dan pelayannya kepada penggunanya. Hal ini akan terciptanya loyalitas dari pelanggan melalui berbagai cara untuk menarik konsumen dan mempertahankan pelanggannya. Akibat banyaknya jasa ekspedisi yang tersebar di Indonesia maka masyarakat harus bisa memilih ekspedisi yang tepat, terpercaya serta dapat melayani dengan baik para penggunanya. Berikut ini Transaksi Pengguna Jasa Ekspedisi di Kecamatan Buleleng pada periode Agustus-Oktober 2021 disajikan dalam Tabel 1.1:

Tabel 1.1  
Transaksi Pengguna Jasa Ekspedisi di Kecamatan Buleleng pada periode  
Agustus-Oktober 2021

<b>Bulan</b>	<b>J&amp;T EXPRESS</b>	<b>JNE</b>
Agustus	5977	301
September	6360	253
oktober	8408	192

Sumber : Jasa Ekspedisi (2021)

Pada tabel diatas, terlihat bahwa J&T Exspress menempati posisi pertama dibandingkan bisnis ekspedisi pesaing yaitu JNE dalam kategori bisnis ekspedisi

(Jasa Pengiriman Barang) pada tahun 2021. Pada tahun 2021 J&T Express terus mengalami peningkatan jumlah pengguna baik dari bulan Agustus hingga Oktober 2021 sedangkan Ekpedisi pesaing mengalami penurunan pengguna dari Agustus-Oktober 2021. Hal ini membuktikan bahwa ekspedisi jasa J&T Exspress cukup terkenal, aman dan dapat dipercaya serta selalu memberikan kepuasan pelayanan yang telah diberikan sehingga akan berdampak pada loyalitas pelanggan. Pencapaian ini akan selalu menjadi motivasi J&T Express untuk tetap memperhatikan pelayanan sehingga mampu menjadi tolak ukur evaluasi serta perbaikan dimasa mendatang

J&T Express *Service Company* merupakan perusahaan layanan pengiriman ekspres yang dikembangkan berdasarkan sistem IT, yang melayani layanan ekspres seluruh kota, domestik dan luar negeri termasuk bisnis e-commerce. J&T Express dibangun tepatnya pada tanggal 20 Agustus 2015. Walaupun perusahaan ini terbilang baru dibidang bisnis ekspedisi (jasa pengiriman barang) namun J&T Exspress selalu mengalami peningkatan dari bulan Agustus-Oktober 2021, hal ini menunjukkan bahwa J&T Express selalu yakni dan dijadikan jasa paling unggul, berprestasi serta mampu menjadi pilihan bagi masyarakat seluruh Indonesia. Peningkatan yang terjadi pada J&T Express tidak lepas dari dukungan dan kepercayaan dari pengguna jasa ekspedisi (jasa pengiriman barang) melalui pelayanan yang telah diberikan sehingga terciptanya suatu kepuasan pelanggan yang berdampak pada loyalitas pelanggan. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa layanan jasa pengiriman sangat dibutuhkan saat ini terlebih lagi dalam kondisi pandemi. Pencapaian ini akan selalu menjadi motivasi J&T Exspress untuk tetap memperhatikan layanan dan

nilai yang diperoleh, sehingga mampu menjadi tolak ukur evaluasi serta perbaikan dimasa mendatang.

Berdasarkan pengamatan, Kecamatan Buleleng memiliki daerah yang berpenduduk paling tinggi yakni 167.780 jiwa atau 24.41% dari keseluruhan penduduk yang ada. Kecamatan Buleleng merupakan bagian dari Kabupaten Buleleng, dimana segala aktifitas kegiatan usaha lebih banyak terjadi di Kecamatan Buleleng. Perkembangan jumlah usaha bidang jasa di Kabupaten Buleleng sangat berkembang pesat salah satunya banyaknya pembangunan ekspedisi di Kecamatan Buleleng khususnya J&T Express sehingga dengan adanya jasa ekspedisi akan mempermudah proses kegiatan yang akan dilakukan oleh masyarakat. Dengan adanya jumlah penduduk yang cukup banyak dan Kecamatan Buleleng menjadi sentra dari Kabupaten Buleleng sehingga wilayah Kecamatan Buleleng menjadi target pasar yang tepat untuk memasarkan bisnis jasa ekspedisi J&T Express. Peneliti menemukan bahwa cukup banyak masyarakat yang menggunakan jasa ekspedisi J&T Express dari pada ekspedisi pesaingnya. Hal ini membuktikan bahwa adanya kepercayaan yang tinggi terhadap penggunaan jasa ekspedisi J&T Express berupa pemberian pelayanan yang berkualitas sehingga mampu menciptakan loyalitas pelanggan.

Sesuai dengan Kotler dan Keller (2009:138) loyalitas ialah suatu komitmen terdalam saat membeli ataupun mendukung kembali produk maupun jasa yang disukai di periode mendatang meskipun ada potensi konversi pelanggan karena pengaruh kontekstual dan upaya pemasaran. Loyalitas pelanggan semacam ini menjadi aspek utama untuk menjaga kelangsungan perusahaan beserta persaingannya saat aktivitas usaha dilaksanakan. Untuk mendapatkan loyalitas

dari pelanggan, perusahaan harus mampu membuat pelanggan senang. Keberhasilan suatu bisnis dapat dilihat dari jumlah konsumen yang berloyalitas tinggi (Fihartini, 2010). Sehingga loyalitas konsumen akan berdampak positif terhadap perusahaan misalnya mereka yang membeli atau penggunaan jasa yang berulang kali terhadap produk atau jasa perusahaan. Hasan (2013, 126-127) menyampaikan faktor penting yang berdampak pada loyalitas konsumen ialah kepuasan, mutu produk ataupun pelayanan, citra merek, nilai yang didapatkan, realibilitas, relasi konsumen, biaya peralihan hingga dependabilitas. Ada tiga indikator Loyalitas Pelanggan seperti, *Repeat Purchase* ( $Y_1$ ), *Retention* ( $Y_2$ ), dan *Referalls* ( $Y_3$ ). Dari hasil kuesioner pendahuluan kepada 10 responden Penggunaan J&T di Kecamatan Buleleng.

Tabel 1.2  
Observasi Awal Variabel Loyalitas Pelanggan

No	Skor Loyalitas Pelanggan			Total	Kategori
	$Y_1$	$Y_2$	$Y_3$		
1	4	4	4	12	Tinggi
2	5	4	4	13	Sangat Tinggi
3	5	5	5	15	Sangat Tinggi
4	3	4	4	11	Tinggi
5	4	4	4	12	Tinggi
6	4	5	4	13	Sangat Tinggi
7	5	5	5	15	Sangat Tinggi
8	4	4	4	12	Tinggi
9	5	5	5	15	Sangat Tinggi
10	3	4	3	10	Tinggi
Jumlah	42	44	42	128	Sangat Tinggi

Sumber : Lampiran 03

Tabel 1.2 menunjukkan penilaian konsumen terhadap loyalitas pelanggan J&T di Kecamatan Buleleng yang tergolong sangat tinggi. Indikator *Retention* (ketahanan pada dampak negative terkait perusahaan) mempunyai dampak sangat besar pada loyalitas konsumen. *Retention* (Ketahanan) yaitu kemampuan J&T

memiliki daya saing dan mampu menjadi jasa pengiriman dengan dibuktikan tersedianya data transaksi pengguna ekspedisi di Kecamatan Buleleng pada periode Agustus-Oktober 2021 sehingga masyarakat atau pelanggan sudah memiliki kepercayaan pada J&T Express. Pelanggan yang memiliki kepercayaan yang tinggi dikarenakan harapan yang telah terpenuhi sehingga dari harapan tersebut akan terciptanya kepuasan pelanggan yang berefek terhadap loyalitas pengguna. Pengguna selalui membeli ulang produk atau penggunaan jas, dikarenakan pelanggan percaya dan menyukai produk maupun jasa ekspedisi. Hal ini sejalan terhadap teori dari (Hasan 2013:125-127) yang menyatakan bahwa terbentuknya loyalitas pelanggan dapat disebabkan oleh sejumlah faktor kepercayaan dan kepuasan mereka.

Faktor yang mepengaruhi loyalitas pelanggan adalah kepercayaan. Jika suatu perusahaan memiliki kepercayaanm maka loyalitas pelanggan akan terbangun (Harumi, 2016). Kepercayaan memiliki pengaruh penting dan sangat mendasar untuk diperhatikan. Menurut Deutsch (2008:68) menyatakan kepercayaan ialah harapan yang diperoleh pada sekelompok individu yang bertransaksi melalui beragam pertimbangan resiko. Umumnya, kepercayaan konsumen menjadi harapan yang dimiliki pengguna bahwa sebuah perusahaan mampu dipercayai untuk memenuhi keperluan pelanggan. Menurut Kennedy (2009:75), terdapat Empat indikator dalam Kepercayaan diantaranya Menggantungkan Harapan ( $X_{1.1}$ ), Kejujuran ( $X_{1.2}$ ), Kompetensi ( $X_{1.3}$ ), dan Mudah Disukai ( $X_{1.4}$ ). Hasil kuesioner awal dengan 10 partisipan penggunaan J&T Express di Kecamatan Buleleng pada Tabel 1.3.

Tabel 1.3  
Observasi Awal Variabel Kepercayaan

No	Skor Kepercayaan				Total	Kategori
	X <sub>1.1</sub>	X <sub>1.2</sub>	X <sub>1.3</sub>	X <sub>1.4</sub>		
1	5	5	5	5	20	Sangat Tinggi
2	5	5	5	5	20	Sangat Tinggi
3	5	5	5	5	20	Sangat Tinggi
4	4	5	4	4	17	Sangat Tinggi
5	4	4	4	4	16	Tinggi
6	5	5	5	5	20	Sangat Tinggi
7	5	5	5	5	20	Sangat Tinggi
8	4	3	4	3	14	Tinggi
9	5	5	5	5	20	Sangat Tinggi
10	4	4	4	4	16	Tinggi
Jumlah	46	46	46	45	183	Sangat Tinggi

Sumber :Lampiran 03

Tabel 1.3 membuktikan bahwa variabel kepercayaan pengguna jasa J&T Express sangat tinggi. Indikator menggantungkan harapan (*dependability*) memberikan pengaruh paling besar terhadap loyalitas pelanggan dengan pemakaian jasa J&T Express. Menggantungkan harapan bisa diartikan kepercayaan penggunaan J&T Express sesuai dengan harapan pelanggan, dimana semakin terpenuhinya harapan pelanggan maka akan berdampak pada tingginya kepercayaan pelanggan. Zinkmud (2000:72) menyatakan kepercayaan berkaitan dengan hubungan emosional yang artinya bahwa kemampuan individu dalam mempercayai perusahaan maupun *brand* dalam melaksanakan fungsinya. Hal ini sejalan dengan teori dari Lau dan Lee (1999:52) menyatakan bahwasannya aspek kepercayaan (*trust*) pada suatu merek menjadi faktor kunci pembangunan loyalitas, sebab pelanggan mengharapkan suatu produk ataupun jasa terkait dengan hasil positif.

Selain kepercayaan, faktor yang berpengaruh pada loyalitas pelanggan adalah kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan terbentuk karena akibat

penggunaan barang/jasa sesuai yang diharapkan. Kotler dan Keller (2007:p.196) mengungkapkan kepuasan pelanggan ialah rasa senang ataupun kecewa yang dirasakan sesudah menilai antara kinerja dengan hasil yang diharapkan. Ketika pelanggan menggunakan jasa sesuai dengan harapannya maka akan terciptanya kepuasan pelanggan. Semakin tingginya kepuasan pelanggan tentu berdampak pada loyalitas pelanggan Menurut Kotler dan Keller (2009:72) ada empat indikator Kepuasan Pelanggan yakni, Sistem Keluhan dan Saran (X<sub>2.1</sub>), Ghost Shopping (X<sub>2.2</sub>), Analisa Pelanggan yang Hilang (X<sub>2.3</sub>), dan survey kepuasan pelanggan(X<sub>2.4</sub>). Adapun hasil kuesioner awal bersama 10 responden Penggunaan J&T di Kecamatan Buleleng.

Tabel 1.4  
Observasi Awal Variabel Kepuasan Pelanggan

No	Skor Loyalitas Pelanggan				Total	Kategori
	X <sub>2.1</sub>	X <sub>2.2</sub>	X <sub>2.3</sub>	X <sub>2.4</sub>		
1	4	4	4	4	16	Tinggi
2	4	4	5	4	17	Sangat Tinggi
3	5	5	5	5	20	Sangat Tinggi
4	4	3	5	4	16	Tinggi
5	4	5	4	4	17	Sangat Tinggi
6	5	5	5	5	20	Sangat Tinggi
7	5	5	5	5	20	Sangat Tinggi
8	4	4	3	4	15	Tinggi
9	4	5	5	5	19	Sangat Tinggi
10	4	4	2	3	13	Tinggi
Jumlah	43	44	43	43	173	Sangat Tinggi

Sumber: Lampiran 03

Tabel 1.4 menunjukkan variabel kepuasan pelanggan terklasifikasi pada kategori sangat tinggi. Ghost Shopping berdampak sangat tinggi pada kepuasan konsumen. Artinya pelanggan akan senantiasa menceritakan pengalamannya ketika menggunakan jasa J&T Express di Kecamatan Buleleng. Penjelasan ini selaras dengan teorinya Tjiptono (2010:88) dimana mengungkapkan, menciptakan kepuasan konsumen mampu memberikan sejumlah keuntungan



yang berlipat ganda diantaranya, hubungan antara perusahaan dengan konsumen menjadi harmoni, membentuk pembelian berulang kali, membangkitkan keloyalan konsumen, serta merekomendasikan dari satu ke yang lainnya.

Dari pembahasan ini, mampu disimpulkan variabel kepercayaan maupun kepuasan pelanggan berpengaruh pada loyalitas pelanggan. Pernyataan ini selaras dengan studi Susanto (2021) yang menemukan bahwa kepercayaan dengan kepuasan konsumen berpengaruh positif serta signifikan pada loyalitas konsumen serta menurut Supertini, dkk (2020), dimana kepercayaan dan kepuasan konsumen berdampak positif signifikan pada loyalitas konsumen, sedangkan menurut studi dari Ambarsari (2017) menemukan tidak adanya pengaruh positif kepercayaan pada keloyalitan konsumen, serta menurut Kurniati, dkk (2015) menyatakan variabel kepuasan pelanggan tidak berdampak signifikan pada loyalitas pelanggan. Maka sebab itu, peneliti tertarik melakukan penelitian yang ditujukan untuk menganalisa kepercayaan maupun kepuasan pelanggan pada loyalitas pelanggan dengan mengangkat judul **“Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pengguna Jasa J&T Exspress di Kecamatan Buleleng”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah Penelitian**

Sesuai dengan latar belakang, dapat diidentifikasi masalah pada penelitian ini, yaitu:

1. Terjadi peningkatan jasa ekspedisi J&T Express di Kecamatan Buleleng pada periode Agustus-September 2021
2. Adanya kenjangan hasil penelitian sebelumnya yang berhubungan dengan kepercayaan maupun kepuasan konsumen pada loyalitas pelanggan.

### 1.3 Pembatasan Masalah Penelitian

Dari latar belakang disertai identifikasi permasalahan yang dikemukakan, guna mengantisipasi adanya pembahasan yang meluas, maka peneliti harus membatasi masalah yang ada, sebagai berikut :

1. Subjek yang diteliti pada studi ini yaitu pada konsumen layanan jasa J&T Express di Kecamatan Buleleng pada periode Agustus-Oktober tahun 2020.
2. Objek yang diteliti dalam studi ini hanya berkaitan dengan kepercayaan, kepuasan pelanggan maupun loyalitas pelanggan.

### 1.4 Rumusan Masalah Penelitian

Maka dari itu, sesuai dengan latar belakang, dapat dirumuskan masalah pada studi ini yaitu :

1. Apakah kepercayaan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna jasa J&T Exspress di Kecamatan Buleleng?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna jasa J&T Exspress di Kecamatan Buleleng?
3. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna jasa J&T Exspress di Kecamatan Buleleng?

### 1.5 Tujuan Penelitian

Sehingga sesuai dengan perumusan masalah, tujuan penelitian yang akan dituju yaitu:

1. Untuk menguji pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna jasa J&T Exspress di Kecamatan Buleleng.

2. Untuk menguji pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna jasa J&T Exspress di Kecamatan Buleleng.
3. Untuk menguji pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna jasa J&T Exspress di Kecamatan Buleleng.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan mampu menyediakan manfaat berikut ini:

### **1. Manfaat Teoritis**

Secara teoritis mampu menyediakan manfaat berupa bertambahnya wawasan dan memperdalam ilmu pengetahuan khususnya tentang loyalitas pelanggan yang akan diterapkan dalam kenyataan, dalam penelitian ini bisa dipergunakan menjadi referensi serta informasi tambahan maupun saran untuk peneliti selanjutnya saat mengembangkan ilmu manajemen terutama di sektor pemasaran melalui pengaruh kepercayaan disertai kepuasan pelanggan pada loyalitas pelanggan.

### **2. Manfaat Praktis**

Harapannya, penelitian ini mampu bermanfaat untuk pengguna jasa J&T Exspress terkait informasi pengaruh loyalitas pelanggan yang bisa dipakai sebagai bahan pertimbangan dalam memaksimalkan penggunaan jasa J&T sedangkan untuk pihak manajemen Express J&T Express dipakai untuk pemberian informasi ataupun saran dalam menentukan strategi marketing yang tepat untuk meningkatkan loyalitas pelanggan