

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi digital yang cepat secara langsung menciptakan peluang bisnis baru, hal tersebut dikarenakan jumlah penduduk masyarakat Indonesia sangat banyak sehingga menjadi pasar yang potensial. Perkembangan *marketplace* dan *e-commerce* terjadi sangat cepat, hal tersebut karena jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 221 juta pengguna pada tahun 2024 menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). Selain itu, ketersediaan dan kemudahan yang ditawarkan oleh *marketplace* membuat orang memiliki kecenderungan untuk melakukan belanja *online* daripada datang langsung ke pasar atau toko. Konsumen dapat melakukan transaksi secara mudah, murah dan dapat dilakukan dimana saja melalui *smartphone*.

Secara umum, jasa pengiriman adalah sebuah layanan bisnis yang menawarkan pengantaran barang dari satu tempat ke tempat lain. Jasa pengiriman barang saat ini telah menjadi sebuah industri yang sangat kompetitif dengan banyaknya perusahaan yang bergerak dibidang ini. Hal tersebut membuat beberapa perusahaan mulai bersaing dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan memberikan pelayanan terbaik untuk mencapai keunggulan dalam industri jasa pengiriman.

Adanya tantangan yang ada, membuat suatu perusahaan untuk dapat bersaing dengan kompetitor perusahaan penyedia jasa pengiriman

barang yang lain yaitu dengan semakin inovatif dalam memberikan pelayanan yang berkualitas. Hal ini adalah salah satu cara untuk meningkatkan kualitas perusahaan sebagai ciri khas yang membedakan dari perusahaan lain. Jika konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, kemungkinan besar mereka akan menjadi pelanggan tetap dan merekomendasikan ke orang lain untuk menggunakan layanan tersebut. Peningkatan jumlah pelanggan dapat menjadi keuntungan bagi perusahaan itu sendiri. Fenomena yang terjadi saat ini adalah perusahaan di bidang jasa pengiriman barang semakin berkembang, ditandai dengan banyak berdirinya perusahaan jasa pengiriman barang.

Perkembangan sektor jasa pengiriman barang di Indonesia saat ini terbilang kompetitif, hal ini dapat kita lihat data tersebut pada tabel di bawah ini.

Tabel I - I

Top Brand Index

(Tahun 2022 – 2024)

No	Nama Brand	Tahun		
		2022	2023	2024
1	JNE Express	39.30%	29.10%	11.50%
2	J&T Express	23.10%	33.30%	50.90%
3	TIKI	11.10%	10.60%	10.20%
4	Pos Indonesia	8.50%	7.30%	9.40%
5	DHL	6.90%	7.20%	4.10%

Sumber: *Top Brand Index, 2024.*

Berdasarkan tabel 1-1 diperoleh hasil yaitu J&T Express menjadi nomor satu dengan presentase *Top Brand Index* sebesar 50.90% pada tahun 2024, nomor dua ada JNE Express dengan presentase *Top Brand*

Index sebesar 11.50% pada tahun 2024, nomor tiga ada Tiki dengan presentase *Top Brand Index* sebesar 10.20% pada tahun 2024, nomor empat ada Pos Indonesia dengan presentase *Top Brand Index* sebesar 9.40% pada tahun 2024, nomor lima ada DHL dengan presentase *Top Brand Index* sebesar 4.10% pada tahun 2024, dan sisanya terdapat pada perusahaan penyedia jasa pengiriman barang lainnya. J&T Express sebagai merek yang baru dalam bisnis jasa pengiriman mampu untuk menjadi pesaing utama JNE Express.

J&T Express adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang pengiriman barang yang berdiri pada tanggal 20 Agustus 2015. Di seluruh Indonesia, terdapat hampir 100 pusat pendistribusian paket (*gateway*) dengan peralatan professional. Selain itu juga memiliki lebih dari 4.000 titik operasi, memiliki lebih dari 30.000 sumber daya manusia terlatih dan ribuan armada untuk mendukung pelayanan pengiriman antar kota, antar provinsi dan lintas pulau (Jet Express 2015).

Perkembangan jasa pengiriman J&T Express yang pesat karena kemampuan pemenuhan kebutuhan pelanggan yang memadai, sehingga pelanggan menjadi loyal dan terus menggunakan jasa pengiriman ini. Keuntungan yang diterima oleh pelanggan membuat pelanggan loyal. Menurut Griffin (2015) pelanggan loyal apabila pelanggan tersebut menunjukkan perilaku pembelian secara teratur .atau terdapat suatu kondisi dimana mewajibkan pelanggan membeli paling sedikit dua kali dalam selang waktu tertentu. Pelanggan J&T Express Drop Point

Kebumen menggunakan jasa pengiriman > 2 kali seminggu, hal ini dapat kita lihat pada tabel di bawah ini:

Tabel I - II
Total Pengiriman Perbulan J&T Express Drop Point Kebumen

No	Bulan	Jumlah Pengiriman
1	Juni	59.000
2	Juli	64.000
3	Agustus	61.000
4	September	67.000
5	Oktober	88.000
6	November	159.663
7	Desember	194.355

Sumber: J&T Express Drop Point Kebumen, 2024.

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah pengiriman J&T Express Drop Point Kebumen mengalami fluktuasi. Pada bulan Juni hingga Juli mengalami peningkatan, akan tetapi pada bulan Juli ke Agustus mengalami penurunan yang disebabkan karena adanya keterlambatan dalam proses pengiriman barang. Untuk bulan September hingga Desember mengalami peningkatan.

Dalam penelitian ini untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dilakukan prasurvey terhadap 31 responden. Berdasarkan hasil prasurvey diperoleh data sebagai berikut:

Tabel I - III

Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan

No	Alasan	Responden	Presentase (%)
1	Kualitas Pelayanan	10	32,26%
2	Kepercayaan Pelanggan	11	35,48%
3	Kepuasan Pelanggan	9	29,03%
4	Citra Merek	1	3,23
	Total	31	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2024.

Berdasarkan hasil prasurvey penulis mengenai faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan menyatakan bahwa dari 31 responden, sebanyak 10 responden dipengaruhi oleh faktor kualitas pelayanan, 11 responden dipengaruhi oleh faktor kepercayaan pelanggan, 9 responden dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan, dan 1 responden dipengaruhi oleh citra merek. Oleh karena itu, dari keempat faktor tersebut, penulis mengambil kesimpulan bahwa faktor yang paling besar mempengaruhi loyalitas pelanggan yaitu kualitas pelayanan, kepercayaan pelanggan, dan kepuasan pelanggan.

Menurut Kotler dalam Lumempow dkk. (2023) kualitas pelayanan merupakan cara konsumen menilai seberapa baik pelayanan yang mereka terima dibandingkan dengan apa yang mereka harapkan. Jika pelayanan yang diterima sesuai dengan harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dianggap baik dan memuaskan. Menurut Alma (2019:4) kualitas pelayanan merupakan syarat penting bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan dan kualitas yang tinggi mencerminkan aspek kepuasan pelanggan. Keunggulan yang dimiliki akan memudahkan pelanggan untuk

menggunakan jasa layanan pengiriman sehingga pelanggan akan memperoleh kepuasan pelanggan. Secara tidak langsung akan membuat pelanggan loyal terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Hal ini didukung penelitian yang dilakukan Ningrum dan Dwiridotjahjono (2021) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan Christina Dewi W dkk. (2023) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Tabel I - IV
Ulasan Pelanggan J&T Express Drop Point Kebumen

No.	Ulasan
1.	“Pengantaran lambat, di app keterangan reschedule dengan customer, tapi tidak konfirmasi dengan pemilik paket.”
2.	“Mau ambil paket sendiri susah minta ampun, nanya cs pusat paket di jl pramuka disamperin suruh ke gudang aneh ga sinkron sekali, bilanganya cs sibuk, minta nomer kurir ga dikasih, pengiriman lama.”
3.	“Barang udah di kebumen dari pagi tapi belum diantar kurir sampai malam. Admin dihubungi tidak respon.”

Sumber: Google Review, 2024

Berdasarkan tabel I-IV, menunjukkan adanya ulasan negatif dari pelanggan J&T Express Drop Point Kebumen. Hal itu berarti secara tidak langsung mengungkapkan bahwa J&T Express Drop Point Kebumen masih memiliki kekurangan dalam segi kualitas pelayanan khususnya pada dimensi keandalan (*reliability*) dan daya tanggap (*responsiveness*) yang merupakan elemen penting dalam menciptakan pelayanan yang baik. Dimensi keandalan (*reliability*) yang terkait dengan kemampuan untuk

memberikan pelayanan yang secara akurat sesuai dengan janji (seperti ketepatan waktu pengiriman paket) serta dimensi daya tanggap (*responsiveness*) yang terkait dengan kesediaan untuk membantu pelanggan (seperti menyelesaikan keluhan pelanggan) masih memerlukan adanya perbaikan. Secara tidak langsung hal ini dapat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

Selain kualitas pelayanan, kepercayaan pelanggan juga mempengaruhi pelanggan untuk loyal pada suatu produk atau jasa. Menurut Kotler dan Keller (2016) kepercayaan pelanggan merupakan kesediaan perusahaan untuk bergantung pada mitra bisnis. Kepercayaan pelanggan ditentukan oleh sejumlah faktor antar individu dan organisasi, seperti kompetensi, integritas dan kejujuran. Kepercayaan pelanggan J&T Express berkaitan dengan keamanan paket terjaga. Pelanggan menerima paket yang dikirim dalam keadaan utuh seperti pada saat awal pengiriman sehingga pelanggan menjadi lebih percaya terhadap J&T Express. Hal ini didukung penelitian yang dilakukan Kristianto (2022) yang menyatakan bahwa kepercayaan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan Hidayat Arrosadi dan Marlina Verawati (2022) yang menyatakan bahwa kepercayaan tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Selain kualitas pelayanan dan kepercayaan pelanggan, terdapat kepuasan pelanggan yang mempengaruhi pelanggan untuk loyal. Menurut Kotler dan Keller (2016) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau

kecewa yang timbul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Sesuatu yang muncul tanpa adanya paksaan tetapi muncul dengan sendirinya. Apabila pelanggan puas maka pelanggan akan loyal dalam membeli produk atau menggunakan jasanya. Oleh karena itu, layanan jasa pengiriman harus bisa mengutamakan kualitas pelayanannya agar dapat terus bertahan dalam bisnisnya.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Pada Pengguna Jasa Pengiriman J&T Express di Kebumen)”**

1.2. Rumusan Masalah

Perusahaan di bidang jasa pengiriman barang di Indonesia semakin berkembang dengan banyak berdirinya jasa pengiriman barang. Hal tersebut membuat beberapa perusahaan mulai bersaing dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan memberikan pelayanan terbaik untuk mencapai keunggulan dalam industri jasa pengiriman barang. Salah satu jasa pengiriman barang yang berkembang adalah J&T Express Drop Point Kebumen. J&T Express Drop Point Kebumen sebagai jasa pengiriman barang yang baru berdiri pada tahun 2018 dan beralamat di Jalan Pramuka No. 44, Pasarpari, Kebumen, dan secara global baru berdiri sejak 2015 sudah memiliki pangsa pasar yang luas. Ditengah

berkembangnya J&T Express Drop Point Kebumen ternyata masih memiliki kekurangan dalam segi kualitas pelayanan khususnya pada dimensi keandalan (*reliability*) dan daya tanggap (*responsiveness*).

Berdasarkan uraian di atas maka pertanyaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna jasa pengiriman J&T Express di Kabupaten Kebumen?
2. Apakah kepercayaan pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna jasa pengiriman J&T Express di Kabupaten Kebumen?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna jasa pengiriman J&T Express di Kabupaten Kebumen?
4. Apakah kepercayaan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna jasa pengiriman J&T Express di Kabupaten Kebumen?
5. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna jasa pengiriman J&T Express di Kabupaten Kebumen?
6. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada pengguna jasa pengiriman J&T Express di Kabupaten Kebumen?
7. Apakah kepercayaan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada pengguna jasa pengiriman J&T Express di Kabupaten Kebumen?

1.3. Batasan Masalah

Agar penelitian ini sesuai dan tidak melebar terlalu jauh maka penelitian ini dibatasi pada:

1. Responden dalam penelitian ini yaitu seseorang yang pernah menggunakan J&T Express Drop Point Kebumen minimal 2 kali dalam seminggu dan berdomisili di Kabupaten Kebumen.
2. Responden berusia minimal 17 tahun dengan asumsi usia tersebut sudah mampu memberikan jawaban pernyataan yang objektif.
3. Loyalitas Pelanggan (Y_2)

Menurut Griffin (2015), pelanggan dikatakan setia atau loyal apabila pelanggan tersebut menunjukkan perilaku pembelian secara teratur atau terdapat suatu kondisi dimana mewajibkan pelanggan membeli paling sedikit dua kali dalam selang waktu tertentu. Menurut Kotler dan Keller (2016), loyalitas pelanggan dapat dibatasi pada:

- 1) *Repeat*
- 2) *Retention*
- 3) *Referrals*

4. Kepuasan Pelanggan (Y_1)

Menurut Kotler dan Keller (2016) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang timbul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Menurut Iranita (2020) kepuasan pelanggan dapat dibatasi pada:

- 1) Rasa senang
 - 2) Kepuasan terhadap pelayanan
 - 3) Kepuasan terhadap sistem
5. Kualitas Pelayanan (X_1)

Menurut Kotler dalam Lumempow dkk. (2023) kualitas pelayanan merupakan cara konsumen menilai seberapa baik pelayanan yang mereka terima dibandingkan dengan apa yang mereka harapkan. Pelayanan merupakan tindakan produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Menurut Tjiptono (2019:305) kualitas pelayanan dapat dibatasi pada:

- 1) Keandalan (*reliability*)
 - 2) Daya tanggap (*responsiveness*)
 - 3) Jaminan (*assurance*)
 - 4) Empati (*emphaty*)
 - 5) Bukti fisik (*tangible*)
6. Kepercayaan Pelanggan (X_2)

Menurut Kotler dan Keller (2016) kepercayaan pelanggan merupakan kesediaan perusahaan untuk bergantung pada mitra bisnis. Kepercayaan pelanggan ditentukan oleh sejumlah faktor antar individu dan organisasi, seperti kompetensi, integritas dan kejujuran. Menurut Kotler dan Keller (2016) kepercayaan pelanggan dapat dibatasi pada:

- 1) Kesungguhan
- 2) Kemampuan penilaian

3) Keyakinan

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada diatas maka penulis menetapkan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna jasa pengiriman J&T Express di Kabupaten Kebumen.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna jasa pengiriman J&T Express di Kabupaten Kebumen.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna jasa pengiriman J&T Express di Kabupaten Kebumen.
4. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna jasa pengiriman J&T Express di Kabupaten Kebumen.
5. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna jasa pengiriman J&T Express di Kabupaten Kebumen.
6. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada pengguna jasa pengiriman J&T Express di Kabupaten Kebumen.

7. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada pengguna jasa pengiriman J&T Express di Kabupaten Kebumen.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan referensi dan informasi untuk perbandingan dalam melakukan penelitian dalam bidang yang relevan di masa yang akan datang. Selain itu juga dapat menambah konsep dan teori tentang kualitas pelayanan dan kepercayaan pelanggan yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

1.5.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang faktor-faktor yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan seperti kualitas pelayanan, kepercayaan pelanggan dan kepuasan pelanggan. Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan dan pertimbangan bagi pemasar dalam menyusun strategi pemasaran yang tepat.