

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan saat ini banyak sekali perusahaan yang bergerak di berbagai bidang industri khususnya pada perusahaan jasa. Oleh sebab itu setiap perusahaan berlomba-lomba menjadi yang terbaik, artinya perusahaan harus berusaha keras untuk memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dengan kondisi persaingan yang semakin ketat, membuat setiap perusahaan harus mampu bertahan dan harus terus berkembang. Salah satu hal penting yang perlu di perhatikan dan dilakukan oleh setiap perusahaan untuk dapat bertahan dan berkembang adalah mempertahankan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen melalui pengalaman konsumen pada perusahaan jasa untuk mewujudkan hal tersebut perusahaan harus mampu memahami apa yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen dari kualitas pelayanan yang di berikan, maka akan di dapat suatu nilai tambah tersendiri bagi perusahaan tersebut.

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan terdapat 5 dimensi yaitu: Bukti fisik merupakan segala sesuatu yang secara fisik bisa dilihat dan diamati secara langsung oleh pelanggan PT JNE, Keandalan adalah dimensi yang menunjukkan kemampuan karyawan PT JNE, Daya tanggap keinginan atau kesediaan karyawan untuk menanggapi kebutuhan atau keluhan pelanggan, Jaminan mencakup pengetahuan, kesopanan dan keterampilan yang dimiliki karyawan yang dapat memberikan suatu kepercayaan kepada diri konsumen dan Emphati adalah sikap kepedulian yang dilakukan karyawan dengan memberikan perhatian yang lebih kepada pelanggan (Tjiptono,2011:346).

Upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampainnya dalam mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan perlu mendapat perhatian besar dari perusahaan, karena kualitas pelayanan mempunyai hubungan langsung dengan kemampuan bersaing dan tingkat keuntungan perusahaan. Kualitas jasa atau kualitas

layanan (*Service Quality*) berkontribusi signifikan bagi penciptaan *differentiation, positioning*, dan strategi bersaing setiap organisasi pemasaran, baik perusahaan manufaktur maupun penyedia jasa (Tjiptono dan Candra, (2016:133).

Perkembangan bisnis online mendorong perusahaan jasa untuk menyediakan jasa kurir atau pengiriman barang. Hal ini tidak dapat dipungkiri bahwa jasa pengiriman barang sangat dibutuhkan baik itu individu ataupun oleh organisasi atau perusahaan pengiriman barang (bahan baku, bahan setengah jadi, ataupun barang jadi), namun PT JNE memiliki estimasi waktu barang sampai sesuai dengan pilihan paket pengiriman hal ini disebabkan karena pada waktu-waktu hari besar, misalnya hari raya dan hari besar lainnya terjadi banyak pengiriman barang yang dilakukan oleh konsumen yang dapat menyebabkan keterlambatan barang tersebut sampai ke tujuan dengan tepat waktu, dengan adanya arus lalu lintas yang cukup padat yang dapat menyebabkan barang tersebut tidak bisa tepat waktu sampai ke tujuannya PT JNE memiliki kantor yang tersebar di seluruh Indonesia namun PT JNE hanya memiliki kantor cabang di kota besar dan daerah tertentu saja sehingga jika ingin melakukan pengiriman barang ke daerah terpencil akan memerlukan waktu dan biaya yang lebih mahal.

Perubahan perilaku konsumen yang semakin kritis dan cerdas didorong oleh perkembangan teknologi informasi maka merubah perilaku dan cara masyarakat berinteraksi, cara berbelanja masyarakat pun ikut bergeser dari pasar tradisional ke pasar modern dan kini memasuki era baru yaitu *Ecommerce* atau perdagangan secara bisnis online. Hal ini menjadi menarik untuk diteliti karena saat ini sedang boomingnya jasa kurir dengan perkembangan bisnis online sehingga perlu dikaji kembali apakah kualitas pelayanan yang diberikan oleh jasa online itu akan membentuk kepuasan pelanggan.

Kotler dan Keller (2012) dalam Priansa (2017:196) mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang di harapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen puas akan tetapi masih terdapat beberapa penelitian yang

hasilnya kontradiktif, karena masih terdapat hasil penelitian kualitas pelayanan terhadap kepuasan menunjukkan hasil yang signifikan dan tidak signifikan.

Berdasarkan uraian-uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE (Jalur Nugraha Ekakurir) di Kota Ternate”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, permasalahan yang di hadapi oleh Perusahaan Jasa Kurir JNE adalah jumlah pelangganyang mengalami masalah dengan paket yaitu keterlambatan dari pihak ekspedisi/kurir faktor cuaca yang buruk dan staf kurang ramah dalam melayani pelanggan, dimana sebab-sebab tersebut kemungkinan merupakan kualitas pelayanan pada PT JNE.

1. Bagaimana Pengaruh *Tangible* (Bukti fisik) terhadap kepuasan konsumen pada PT JNE Kota Ternate ?
2. Bagaimana pengaruh *Reliability* (Kehandalan) terhadap kepuasan konsumen pada PT JNE Kota Ternate?
3. Bagaimana pengaruh *Responsiveness* (Daya tanggap) terhadap kepuasan konsumen pada PT JNE Kota Ternate?
4. Bagaimana pengaruh *Assurance* (Jaminan) terhadap kepuasan konsumen pada PT JNE Kota Ternate?
5. Bagaimana pengaruh *Empathy* (Empati) terhadap kepuasan konsumen pada PT JNE Kota Ternate?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT JNE Kota Ternate

1. Untuk dapat mengetahui besarnya pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan konsumen pada JNE
2. Untuk dapat mengetahui besarnya pengaruh kehandalan terhadap kepuasan konsumen pada JNE
3. Untuk dapat mengetahui besarnya pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan konsumen pada JNE
4. Untuk dapat mengetahui besarnya pengaruh asuransi terhadap kepuasan konsumen pada JNE
5. Untuk dapat mengetahui besarnya pengaruh empati terhadap kepuasan konsumen pada JNE

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian yang ingin di capai dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat memberi kontribusi teoritis bagi pengembangan studi pemasaran untuk mengetahui perbandingan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di sebuah tempat, dan memperkaya ruang lingkup ilmu pemasaran sebagai solusi dalam merespon arus globalisasi.

2. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi gambaran, referensi, dan menjadi evaluasi bagi semua pihak yang membutuhkan tentang hasil analisis perbandingan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Bagi mahasiswa, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen melalui penerapan ilmu dan teori yang di peroleh selama masa perkuliahan dan melakukan perbandingan dengan kenyataan yang terjadi didunia usaha secara langsung