

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam era globalisasi sekarang ini, perkembangan dunia digital semakin canggih. Dengan perkembangan tersebut membuat segala kebutuhan manusia juga menjadi mudah untuk dilakukan dengan menggunakan teknologi digital. Banyak sekali dampak yang dirasakan dari perkembangan teknologi digital ini, salah satunya merupakan hadirnya e-bisnis semacam toko online dengan menyediakan bermacam produk yang dibutuhkan manusia serta mempermudah manusia mendapatkannya.¹

Hadirnya tren bisnis online memberikan dampak positif bagi berbagai pihak. Salah satu yang paling diuntungkan adalah jasa ekspedisi, jasa ekspedisi memiliki peranan penting dalam menunjang kelancaran bisnis online. Karena bisnis online memerlukan pihak ketiga sebagai perantara untuk mengirim barang ke tangan konsumen, dan tentunya proses pengiriman barang tersebut melalui perantara jasa ekspedisi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pengertian *ekspedisi* cukup beragam, salah satunya yaitu pengiriman surat, barang dan sebagainya. Sehingga jasa ekspedisi bisa diartikan sebagai perusahaan yang bergerak di bidang pengiriman barang baik melalui jalur darat, udara maupun laut.² Jasa ekspedisi tentunya memberikan peran penting dalam pengiriman barang. Barang-barang tidak dapat

¹ Wawan Setiawan, "Era Digital dan Tantangannya," *Seminar Nasional Pendidikan*, (2017): 4.

² <https://alklogistik.com/pengertian-jasa-ekspedisi-beserta-tips-menentukan-kredibilitasnya/> diakses pada 25 November 2020.

terdistribusi secara merata tanpa bantuan dari jasa ekspedisi.³

Semakin banyaknya permintaan pengiriman barang, kini banyak pebisnis yang mendirikan usaha yang bergerak dalam bidang pengiriman barang (jasa ekspedisi). Menurut Purwati, sudah banyak perusahaan jasa ekspedisi ternama seperti JNE, TIKI, Pos Indonesia, J&T, kemudian Si Cepat dan masih banyak lagi. Tidak hanya itu, ada perusahaan yang bergerak di bidang ekspedisi dalam skala global (Internasional), semacam FedEx, DHL, serta lain- lain.⁴ Semakin banyaknya perusahaan dalam bidang jasa ekspedisi maka semakin ketatnya persaingan antar perusahaan tersebut. Hal ini menjadikan mereka berlomba-lomba membuat strategi semaksimal mungkin dan memberikan pelayanan yang baik untuk mempertahankan loyalitas konsumen.

PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir atau biasa disebut JNE merupakan salah satu perusahaan jasa ekspedisi yang kerap digunakan oleh masyarakat. PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir merupakan perusahaan industri kurir yang beroperasi dalam bidang pengiriman paket serta logistik.⁵ Selama memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan serta memberikan kepuasan terhadap pelanggan, JNE telah menciptakan berbagai produk dan layanan. Diantaranya adalah JNE Express (COD,

³ Erghana Kanza Kirana, "Pengaruh Ekuitas Merek dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Ekspedisi (Studi Pada Konsumen Jalur Nugraha Ekakuri)," *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol. 8 No 01, (2018): 38.

⁴ Sonya Clausis Dead an Mirwan Surya Perdhana, "Faktor-Faktor yng Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Jasa Ekspedisi JNE (Studi Pada Konsumen Pengguna Jasa JNE di Semarang)," *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol. XVIII, No. 3, (2019): 245.

⁵ Irma Ayu Noeraini, "Pengaruh Tingkat Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Surabaya," *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 5 No. 5, (2016): 2.

Super Speed/SS, Pesona, YES, REG, OKE, JLC, Jesika, Money Remittance, JNE Pick-Up Point/JNE PIPO, @box, Diplomat, JNE Online Payment/JOP, JNE Online Booking/JOB, JTR, My JNE, Pop Box), JNE Logistic (Angkutan Darat, Angkutan Laut, Pergudangan), JNE Freight (Jasa Kepabeanan, Air Freight, Ocean Freight).⁶

Tabel 1.1. Top Brand Indeks Fase 2 2020

BRAND	TBI 2020	
JNE	27.3%	TOP
J&T	21.3%	TOP
Tiki	10.8%	TOP
Pos Indonesia	7.7%	
DHL	4.1%	

Sumber : www.topbrand-award.com

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa JNE menempati peringkat pertama Top Brands Indeks kategori layanan jasa kurir tahun 2020 yaitu dengan persentase sebesar 27.3%, kemudian posisi kedua diduduki oleh J&T sebesar 21.3, posisi ketiga TIKI sebesar 10.8%, posisi keempat Pos Indonesia sebesar 7.7% dan posisi kelima adalah DHL (Dalsey, Hillblom and Lynn) sebesar 4.1%.

Dari tabel tersebut menunjukkan bahwa JNE telah berhasil menjadi perusahaan dengan citra merek yang baik sehingga JNE dikenal masyarakat luas. Tidak heran bila masyarakat pada saat menghadapi permasalahan tentang jasa pengiriman barang, masyarakat cenderung menjadikan JNE sebagai solusi jasa pengiriman yang terdapat di

⁶ <https://www.jne.co.id/id/beranda> diakses pada 25 November 2020

Indonesia.⁷ Kerja keras JNE selama puluhan tahun ini berbuah manis, dalam perhelatan bertema “In Recognition of Outstanding Achievement in Building the Top Brand” di Dharmawangsa Studio, Jl. Dharmawangsa no. 20 Kebayoran Baru Jakarta, JNE berhasil mendapatkan award, yaitu sebagai TOP Brand Award 2020 kategori Courier Service. Award tersebut didapatkan untuk yang ke-7 kalinya secara berturut – turut sejak tahun 2014.

Top Brand Award merupakan penghargaan yang diberikan kepada nama-nama perusahaan yang unggul dengan prestasi yang hebat di pasar Indonesia. Award diberikan dengan mengacu pada Top Brand Index, dan telah melalui peninjauan resmi Top Brand dengan metodologi yang dioperasikan secara independen oleh Frontier Research.⁸ Penghargaan tersebut menjadikan JNE untuk terus memberikan performa terbaiknya dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik. Ririn Tri Ratnasari, dan Mastuti H. Aksa menuturkan bahwa berdasarkan seluruh proses kegiatan pemberian kualitas jasa oleh perusahaan, pada akhirnya akan berakhir dengan kepuasan pelanggan.⁹

Menurut Kotler, “Pelayanan yang bisa memberikan kepuasan kepada konsumen akan berpengaruh terjadi pembelian yang berulang-ulang, sehingga akan terjadi kenaikan penjualan.” Pemberian layanan yang baik maka akan

⁷ Altofu Rohman dan Aglis Andhita H, “Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Pengiriman (Study Kasus Pada Pengguna Jasa JNE Express Across Nations Cabang Nganjuk),” *Capital*, Vol. 1, No. 1, (2017): 2.

⁸ <https://www.topbrand-award.com/2020/11/jne-raih-penghargaan-top-brand-award-2020-kategori-courier-service/> diakses pada 02 Desember 2020.

⁹ Fitria Solahika Salma, “Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas di Surabaya,” *JESTT*, Vol. 2 No. 4, (2015): 323.

menciptakan sebuah kepuasan dan loyalitas pelanggan, dan membantu perusahaan menjaga jarak dari para pesaing.¹⁰ Menurut Zeithaml & Bitner dalam Sangadji & Sopiah kepuasan konsumen adalah “*Customer’s evaluation of a product or service in terms of whether that product or service has met their needs and expectation.*” Konsumen yang merasa puas dengan produk ataupun jasa yang dipilihnya, maka akan menyebabkan mereka untuk kembali menggunakan jasa atau produk tersebut. Maka hal tersebut akan menimbulkan kesetiaan pada konsumen atau loyalitas konsumen.¹¹ Oleh sebab itu, kualitas pelayanan sangatlah penting bagi sebuah perusahaan, karena loyalitas pelanggan tercipta dari kualitas layanan yang baik.

Untuk membangun loyalitas pelanggan, adapun peran harga yang tidak bisa ditinggalkan.¹² Harga terjangkau atau dengan kata lain harga yang murah akan menjadi dorongan meningkatnya kinerja pemasaran. Ketika pembeli dihadapkan pada beberapa merek, maka mereka akan menyurvei masing-masing harga dari merek tersebut sebelum memutuskan pembelian. Ketika harga yang diberikan sebanding dengan barang atau jasa yang diberikan maka besar kemungkinan pembeli akan membeli produk atau jasa tersebut. Dalam pengambilan keputusan untuk membeli sebuah

¹⁰ Setya Ayu Diasari , “Pengaruh Harga, Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan,” *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 5, No. 12, (2016): 2.

¹¹ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta:C.V Andi Offset, 2013), 180-181.

¹² Merindo Tomida, “Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Footwear Yongki Komaladi,” *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 5, No. 7, (2016).

produk ataupun menggunakan jasa, harga akan menjadi pertimbangan oleh pelanggan.¹³

Selain kualitas layanan dan juga harga, perusahaan yang beroperasi di bidang jasa, seperti JNE harus teliti dalam memilih lokasi usahanya, dikarenakan dengan lokasi yang tepat dapat memberikan dampak baik bagi perusahaan dalam merebut pangsa pasar.¹⁴ Lokasi yang mudah dikunjungi atau mudah dijangkau oleh konsumen pastinya akan menjadi pilihan konsumen dalam menggunakan jasa pengiriman barang. Dalam memilih lokasi bisnis, pengusaha bebas untuk memilih lokasi tetapi juga harus memperhatikan kondisi lingkungan sekitar, yaitu dengan tidak merusak kondisi lingkungan sekitar. Dalam Islam, semua yang ada di muka bumi telah di atur dalam Al-Qur'an, termasuk tentang ajaran untuk menjaga lingkungan serta tidak mencoba merusaknya.

Dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dulkatif, dkk, Tengku Putri Lindung Bulan, dan Ketut Valien Wira Atmaja, dkk ada pengaruh signifikan dari kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Evan Chandra Kusuma mengenai variabel kualitas pelayanan, menyatakan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Tengku Putri Lindung Bulan dengan Henny Dwijayani dan Intan Yeresti, ada perbedaan hasil penelitian dimana pada penelitian Tengku Putri Lindung Bulan harga memberikan pengaruh signifikan (-) dan pada

¹³ Setya Ayu Diasari, "Pengaruh Harga, Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan," 2.

¹⁴ Imam Haromain, "Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan di AHASS Z618," *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 5, No. 5, (2016): 3.

penelitian Henny Dwijayani dan Intan Yeresti harga memberikan pengaruh signifikan (+) terhadap loyalitas. Sedangkan variabel lokasi yang dilakukan pada penelitian Dulkatif, dkk dan Henny Dwijayani dan Intan Yeresti terjadi perbedaan hasil penelitian, dimana pada penelitian Dulkatif, dkk menyatakan bahwa lokasi memberi pengaruh signifikan terhadap loyalitas sedangkan Henny Dwijayani dan Intan Yeresti menyatakan bahwa tidak ada pengaruh signifikan dari lokasi terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan fenomena yang terjadi dan menyadari bahwa masih terjadi perbedaan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti Dulkatif, dkk, Evan Chandra Kusuma, Ketut Valien Atmaja, dkk, Henny Dwijayani dan Intan Yeresti, Tengku Putri Lindung Bulan, maka pada penelitian kali ini, peneliti akan melakukan penelitian dengan judul “Loyalitas Pelanggan Agen JNE Sukolilo ditinjau dari Kualitas Layanan, Harga, dan Lokasi”.

B. Rumusan Masalah

- 1) Apakah kualitas layanan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan Agen JNE Sukolilo?
- 2) Apakah harga mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan Agen JNE Sukolilo?
- 3) Apakah lokasi mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan Agen JNE Sukolilo?

C. Tujuan Penelitian

- 1) Untuk menguji pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan Agen JNE Sukolilo
- 2) Untuk menguji pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan Agen JNE Sukolilo
- 3) Untuk menguji pengaruh lokasi terhadap loyalitas pelanggan Agen JNE Sukolilo

D. Manfaat Penelitian

1) Manfaat Teoritis

Output penelitian ini diharap bisa menjadi masukan dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya yang berkaitan dengan loyalitas pelanggan, kualitas layanan, harga dan lokasi.

2) Manfaat praktis

Output penelitian ini diharap bisa digunakan untuk sumber informasi kepada pebisnis khususnya kepada perusahaan JNE dalam meningkatkan loyalitas pelanggannya dari faktor kualitas layanan, harga dan lokasi.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi atau penelitian dimaksudkan untuk memperoleh gambaran umum serta skema dari setiap bagian atau bagian yang saling berkaitan untuk memperoleh tindak lanjut penelitian ilmiah dan sistematis. Berikut ini adalah sistematika penulisan skripsi yang dibuat oleh penulis:

1) Bagian Awal

Dalam bagian ini meliputi Halaman Judul, Persetujuan Pembimbing Skripsi, Pengesahan Penguji Ujian Munaqosyah, Pernyataan Keaslian Skripsi, Abstrak, Motto, Persembahan, Pedoman Transliterasi Arab-Latin, Kata Pengantar, Daftar Isi, Daftar Tabel, dan Daftar Gambar.

2) Bagian Utama

Bagian ini mencakup keterkaitan dari lima bab, antara bab I sampai bab V, kelima bab itu adalah sebagai berikut:

BAB I	: PENDAHULUAN
	Bab ini meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat dari penelitian, dan sistematika penelitian.
BAB II	: LANDASAN TEORI
	Bab ini berisi deskripsi teori, penelitian terdahulu, kerangka berpikir, dan hipotesis penelitian.
BAB III	: METODE PENELITIAN
	Meliputi jenis dan pendekatan penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, identifikasi variabel, variabel operasional, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.
BAB IV	: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
	Bab ini berisi tentang hasil penelitian meliputi gambaran umum obyek penelitian, gambaran umum responden, analisis data yang meliputi analisis hasil uji validitas dan reliabilitas, uji pra syarat, uji hipotesis, dan pembahasan meliputi komparasi dari analisis data dengan teori atau penelitian lain.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang simpulan, saran, dan penutup.

3) Bagian Akhir

Pada bagian ini memuat tentang daftar pustaka dan lampiran-lampiran.

