

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada di era sekarang persaingan dalam dunia bisnis sudah semakin tajam, para pemasar dituntut tidak hanya meningkatkan kualitas produk tetapi juga kualitas pelayanan untuk bisa tampil sebagai pemenang. Ada perbedaan dalam hal kualitas produk, maka yang menjadi kunci utama untuk menjadi pemenang dalam persaingan tersebut adalah kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan kepada para pelanggan. Kini semakin disadari bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan. Seiring dengan peningkatan investasi asing, pertumbuhan ekonomi dalam negeri, perkembangan teknologi informasi, dan beragam inovasi produk yang dikembangkan oleh kinerja JNE semakin bertumbuh pesat dengan perkembangan bisnis di kalangan dunia usaha maupun masyarakat Indonesia. Perkembangan dunia usaha dan gaya hidup masyarakat membuat permintaan penanganan kiriman *import* semakin berkembang. Tak hanya mencakup paket kecil dan dokumen, tetapi merambah pada penanganan transportasi, logistik, dan distribusi.

Semakin banyaknya masyarakat yang menggunakan jasa pengiriman, maka kualitas pelayanan menjadi sangat penting untuk memenangkan persaingan. Dengan memahami apa yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen dari kualitas pelayanan yang diberikan, maka akan didapat suatu nilai tambah tersendiri bagi perusahaan tersebut. Kotler dalam Alma (2007:286), kualitas pelayanan perlu mendapat perhatian besar dari perusahaan, karena kualitas pelayanan mempunyai hubungan langsung dengan kemampuan bersaing dan tingkat keuntungan perusahaan.

Survive dalam bisnis suatu perusahaan ditentukan oleh kemampuan perusahaan itu sendiri dalam memberikan pelayanan yang memuaskan kepada para pelanggannya. Kepuasan pelanggan bisa menjadi senjata andalan untuk tampil sebagai pemenang dalam persaingan tetapi bisa juga sebaliknya, dimana hal itu bisa menjadi bumerang bagi setiap perusahaan dalam dunia bisnis dan dapat menghancurkan posisi perusahaan yang semakin kompleks. Manajemen perusahaan dituntut untuk selalu memperbaiki kualitas dua pelayanannya dengan selalu memperhatikan apa yang menjadi kebutuhan dari pelanggannya. Dalam dunia bisnis setiap perusahaan memiliki

perancangan layanan terhadap pelanggan, sehingga para pelanggan selalu merasa terpuaskan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan tersebut. Semuanya itu perlu ditempuh oleh perusahaan untuk mencapai *profitabilitas* yang tinggi agar perusahaan dapat terus tumbuh dan berkembang sesuai dengan tuntutan persaingan dunia bisnis dan bisa menjadi pemimpin pasar yang tangguh. Untuk dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan, perusahaan dituntut untuk dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan lainnya. Dalam persaingan bisnis perusahaan jasa pengiriman lainnya, JNE telah memberikan pelayanan secara maksimal kepada para pelanggannya.

Kualitas pelayanan dapat diukur dengan lima dimensi sesuai dengan urutan derajat kepentingan relatifnya. Menurut Tjiptono, 2007 yaitu keandalan, jaminan, bukti fisik, empati dan daya tanggap. Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, selain itu juga mempererat kaitan dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi. Menurut Kotler dan Keller (2009:138-139) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Perusahaan akan berhasil memperoleh pelanggan dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi pelanggannya. Ketika pelanggan telah merasa puas maka akan terjalin hubungan harmonis antara produsen dan konsumen, menciptakan dasar yang baik bagi pelanggan pembelian ulang dan membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan sebuah perusahaan.

Kepuasan konsumen terhadap perusahaan jasa diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu pelayanan sesuai dengan kenyataan yang diterima tentang pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Jika pelayanan suatu perusahaan jasa tersebut jauh dibawah harapan konsumen maka konsumen akan kecewa. Sebaliknya, jika layanan yang diberikan memenuhi harapan konsumen, maka konsumen akan senang. Kebutuhan konsumen dapat diketahui dari pengalaman mereka sendiri saat menggunakan pelayanan perusahaan jasa, omongan orang lain dan informasi iklan.

JNE atau Jalur Nugraha Ekakurir sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa dituntut untuk memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggannya. Keputusan pelanggan untuk menggunakan jasa pengiriman barang terjadi apabila kualitas pelayanan pada perusahaan

pengiriman barang tersebut sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh pelanggannya. Untuk mengetahui pelayanan yang diberikan perusahaan tersebut peneliti melakukan observasi awal di JNE cabang Malang yang terletak di Jalan Hamid Rusdi No.95 Malang Jawa Timur. Lokasi ini dipilih karena merupakan kantor pusat JNE wilayah Malang. Lokasi ini juga yang akan menjadi objek penelitian. Observasi dilakukan dengan melakukan penyebaran kuisioner kepada pelanggan JNE dari tingkat pelajar/mahasiswa sampai berkerja di kota Malang. Kemudian peneliti membuat daftar mengenai pelayanan yang diharapkan oleh pelanggan terhadap jasa pengiriman dengan keadaan aktual yang diberikan oleh JNE.

Dari semua penjelasan diatas timbul banyak pertanyaan tentang bagaimana tanggapan pelanggan atau masyarakat terhadap pelayanan jne tersebut. Oleh karena itu dilakukan penelitian lebih dengan mengambil judul “ **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA JASA PENGIRIMAN BARANG PADA JNE (Studi pada Mahasiswa STIE Malangkecewara Malang)**”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang akan dikaji oleh penelitian adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas pelayan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada pengguna jasa pengiriman barang pada JNE?
2. Bagaimana persepsi harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada pengguna jasa pengiriman barang pada JNE?
3. Bagaimana kualitas pelayanan dan persepsi harga secara simultan/bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada pengguna jasa pengiriman barang pada JNE ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas dapat Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk

1. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada pengguna jasa pengiriman barang pada JNE.
2. Untuk mengetahui apakah persepsi harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada pengguna jasa pengiriman barang pada JNE.
3. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dan persepsi harga secara simultan/bersama sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pada pengguna jasa pengiriman barang pada JNE.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis pada pembaca. Teori atau materi didalam penelitian ini dapat dijadikan sebagai pedoman atau referensi bagi pembaca.

1. Manfaat Teoritis

Dari hasil penelitian ini dapat digunakan untuk menambah referensi dalam bidang karya ilmiah serta dapat mengembangkan ilmu pengetahuan yang sudah ada. Penelitian ini berfungsi sebagai pembelajaran dalam menerapkan teori yang sudah diperoleh sehingga menambah pengetahuan, pengalaman, dan dokumentasi penelitian

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian diharapkan menambah bahan dipergustakaan sehingga bermanfaat dalam ilmu pengetahuan, khusus nya sebagai bahan acuan bagi pembuat karya ilmiah selanjutnya.