

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan dunia usaha yang dinamis dan laju pertumbuhan penduduk yang semakin bertambah pesat, mendorong semakin meningkatnya pertumbuhan ekonomi. Hal ini menimbulkan adanya persaingan antar perusahaan yang semakin tajam terutama dalam usaha mereka memasarkan produk-produknya baik berupa barang maupun jasa kepada konsumen. Pemasaran dalam sebuah unit usaha adalah salah satu aspek kegiatan yang sangat penting dalam menentukan keberlangsungan hidup dan perkembangan usaha, serta menentukan perolehan keuntungan usaha. Kegiatan pemasaran berada diantara proses produksi dan konsumsi oleh konsumen. Setiap unit usaha membutuhkan kegiatan pemasaran agar barang atau jasa yang diproduksi dapat digunakan atau dipakai oleh konsumen. Tanpa adanya kegiatan pemasaran tentu barang atau jasa tidak akan sampai kepada konsumen.

Persaingan yang ketat juga dirasakan oleh perusahaan penyedia jasa logistik atau pengiriman kilat. Hal ini dikarenakan semakin meningkatnya permintaan masyarakat akan pengguna jasa logistik akhir-akhir ini. Melihat adanya peluang usaha pada perusahaan penyedia jasa logistik maka pebisnis berlomba mengembangkan perusahaan yang bergerak dibidang tersebut.

Demi menjaga kelangsungan usaha, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan bagi konsumennya. Perusahaan dapat menjadi pemenang bisnis apabila mampu menarik banyak pelanggan. Dengan demikian perusahaan harus mampu mengetahui hal-hal yang dianggap penting oleh konsumen sehingga perusahaan

dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang ditimbulkan karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan atau hasil terhadap ekspektasi mereka. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari keandalan atau kemampuan, daya tanggap berupa kesediaan membantu pelanggan, jaminan atas pengetahuan layanan, empati berupa perhatian dan benda berwujud atau bukti fisik dari pelayanan.

Kualitas layanan adalah salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk atau jasa. Perusahaan perlu meningkatkan kualitas layanan untuk mengembangkan kepuasan pelanggannya, karena produk atau jasa yang berkualitas rendah akan membuat pelanggan menjadi tidak setia. Hal tersebut mengharuskan perusahaan dapat mendesain kualitas pelayanan, yaitu melalui lima dimensi jasa yang lebih unggul dari pesaing-pesaingnya untuk mengantisipasi agar perusahaan mampu bersaing dan dapat memberikan pelayanan yang maksimal. Lima dimensi jasa tersebut terdiri dari kehandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*), bukti fisik (*tangible*), empati (*empathy*), dan daya tanggap (*responsiveness*). Kelima dimensi kualitas pelayanan menjadi penting bagi perusahaan dalam menciptakan kepuasan pelanggan.

PT. Jalur Nugraha Ekakurir (PT. JNE) merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa pengiriman barang. Sebagai perusahaan yang bergerak dibidang jasa, PT. Jalur Nugraha Ekakurir dituntut untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada para konsumennya sehingga menciptakan kepuasan konsumen yang pada akhirnya konsumen akan loyal terhadap perusahaan.

Berdasarkan hasil survei dan wawancara yang dilakukan pada 25 orang konsumen PT. Jalur Nugraha Ekakurir diketahui bahwa paket yang dikirim dan

diterima masih ada yang belum tepat waktu, sehingga konsumen merasa kurang puas terhadap hal tersebut. Selain itu masih ada paket yang diterima dengan kemasan yang sudah rusak. Disamping itu konsumen juga mengeluhkan ruang pelayanan yang tidak memiliki fasilitas berupa kursi tunggu, parkir dan ruangan yang sempit sehingga pada saat konsumen akan mengirimkan paket harus dilayani sambil berdiri. Keluhan lain dari pelanggan adalah lambatnya pemberian informasi paket yang akan diambil pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir. Karyawan PT. Jalur Nugraha Ekakurir juga tidak langsung menanggapi keluhan konsumen seperti pada saat konsumen mengeluhkan paket pengirimannya tidak kunjung sampai, petugas hanya menyuruh konsumen tersebut melakukan pengecekan di website PT. Jalur Nugraha Ekakurir. Berkaitan dengan kekurangan-kekurangan pelayanan yang diberikan oleh PT. Jalur Nugraha Ekakurir kepada setiap pelanggan akan menyebabkan ketidakpuasan sehingga pada akhirnya pelanggan kurang puas terhadap PT. Jalur Nugraha Ekakurir di Kuala Lumpur.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir di Kuala Lumpur”**.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas yang menjadi perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh kehandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*), bukti fisik (*tangible*), empati (*emphaty*), dan daya tanggap (*responsiveness*) secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir di Kuala Lumpur?

2. Bagaimana pengaruh kehandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*), bukti fisik (*tangible*), empati (*emphaty*), dan daya tanggap (*responsiveness*) secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir di Kualasimpang?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kehandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*), bukti fisik (*tangible*), empati (*emphaty*), dan daya tanggap (*responsiveness*) secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir di Kualasimpang.
2. Untuk mengetahui pengaruh kehandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*), bukti fisik (*tangible*), empati (*emphaty*), dan daya tanggap (*responsiveness*) secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir di Kualasimpang.

1.4. Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat atau kegunaan, yaitu:

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada pihak PT. Jalur Nugraha Eka Kurir mengenai kehandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*), bukti fisik (*tangible*), empati (*emphaty*), dan daya tanggap (*responsiveness*) yang diberikan sehingga menciptakan kepuasan pelanggan.
2. Sebagai bahan referensi kepada peneliti lain yang ingin meneliti tentang kehandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*), bukti fisik (*tangible*), empati (*emphaty*), dan daya tanggap (*responsiveness*) serta loyalitas konsumen.