

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan dalam dunia bisnis mengalami peningkatan akibat dari keterbukaan pasar. Banyak serta beragamnya produk atau jasa yang bersaing dalam satu pasar mengharuskan setiap perusahaan untuk meningkatkan kualitasnya. Bidang dari bisnis bermacam-macam, salah satunya adalah di bidang jasa. Di mana setiap orang sangat membutuhkan jasa, contoh saja jasa yang bergerak di bidang pengiriman barang. Jasa pengiriman barang merupakan jasa yang banyak digunakan oleh masyarakat saat ini. Dalam memenangkan persaingan, strategi yang dapat dilakukan adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Dengan memahami apa yang diinginkan dan diharapkan konsumen dari kualitas layanan yang diberikan, maka akan didapatkan nilai tambah tersendiri bagi perusahaan tersebut (Panjaitan & Yuliati, 2016).

Hasil riset yang diprakarsai Asosiasi *E-commerce* Indonesia (idEA), Google Indonesia, dan TNS (Taylor Nelson Sofres) memperlihatkan bahwa tahun 2013, nilai pasar *e-commerce* mencapai 8 miliar dolar AS atau setara 94,5 triliun rupiah. Pada tahun 2016 diprediksi naik tiga kali lipat menjadi 25 miliar dolar AS atau sebesar 295 triliun rupiah. Dalam mendukung bisnis *e-commerce* diperlukan jasa pengiriman barang, ini merupakan peluang yang sangat besar. Sebagai pendukung bisnis, perusahaan pengiriman barang harus

senantiasa selalu meningkatkan kualitas pelayanannya. Perkembangan *e-commerce* telah mengubah budaya pengiriman yang semula paket besar menjadi mayoritas paket kecil. Oleh dari sebab itu, perusahaan jasa pengiriman harus selalu senantiasa meningkatkan fasilitas dan pelayanannya.

Bidang jasa adalah bidang yang menawarkan berbagai pelayanan dengan memberikan bantuan kepada para konsumen dalam berbagai hal. Bidang jasa merupakan bidang yang tak akan pernah mengalami kebangkrutan atau pailit meski dalam kondisi sulit sebab setiap orang sudah pasti membutuhkan bantuan orang lain dalam menuntaskan atau menyelesaikan berbagai hal. Jasa pengiriman merupakan salah satu bidang jasa yang paling banyak di gunakan. Jasa pengiriman sangat membantu mengirimkan benda kepada seseorang. Entah jaraknya memang sangat jauh, tidak begitu jauh, yang pasti perusahaan pengiriman memiliki andil dalam sampainya benda yang dikirim kepada yang dituju (Masruri & Supriyatin, 2013).

Keterbukaan pasar di Indonesia membuat persaingan yang ketat antar perusahaan karena banyak produk atau jasa yang bersaing dalam satu pasar. Dalam upaya untuk memenangkan pasar, pihak produsen harus menyusun berbagai strategi. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan memuaskan konsumen. 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. Harapan konsumen dapat diketahui dari pengalaman mereka sendiri saat menggunakan pelayanan suatu perusahaan jasa, omongan orang lain dan informasi iklan (Panjaitan & Yuliati, 2016).

Kotler (dalam Alma, 2007) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk dan *service* yang dihasilkan perusahaan. Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi (Panjaitan & Yuliati, 2016).

Hal yang perlu diperhatikan dalam memberikan pelayanan adalah mendengar suara konsumen, hal ini berarti perusahaan harus melakukan interaksi dengan konsumen dengan maksud untuk memperoleh umpan balik (*feed back*) berupa tanggapan konsumen tentang sarana dan prasarana yang berhubungan dengan pelayanan yang diberikan sebagai kontrol dan ukuran keberhasilan (Masruri & Supriyatin, 2013).

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 harus memberikan kepuasan kepada pelanggan, dengan begitu perusahaan akan mendapatkan pelanggan dalam jumlah yang banyak. Selain

itu apabila pelanggan merasa puas maka akan menciptakan hubungan yang baik dan kemungkinan melakukan pembelian ulang. Bahkan pelanggan akan membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang secara tidak langsung memberikan keuntungan bagi perusahaan. Kepuasan pelanggan terhadap perusahaan jasa dapat diartikan sebagai suatu kondisi di mana harapan dan keinginan pelanggan terhadap suatu pelayanan sesuai dengan kenyataan yang diterima tentang pelayanan yang telah diberikan. Harapan konsumen dapat diketahui dengan pengalaman mereka sendiri saat menggunakan pelayanan suatu perusahaan, informasi dari sebuah iklan dan omongan dari orang lain.

Dari penjelasan sebelumnya diketahui bahwa kualitas layanan dan kepuasan pelanggan merupakan aspek vital di perusahaan dalam memenangkan persaingan bisnis. Bertahannya suatu perusahaan ditentukan dengan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dapat memuaskan para pelanggannya. Kepuasan pelanggan bisa dijadikan sebagai senjata untuk memenangkan persaingan dalam dunia bisnis sekarang yang semakin kompleks. Berdasarkan peran yang cukup strategis dari kepuasan konsumen terhadap persaingan bisnis. Penulis sangat tertarik untuk mengadakan penelitian terhadap kualitas layanan yang diduga mempengaruhi kepuasan konsumen dan pembelian ulang, dan diduga variabel kepuasan konsumen sebagai *variabel intervening* pada kualitas pelayanan terhadap pembelian ulang. Maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul “PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI *VARIABEL INTERVENING* PADA HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN

PEMBELIAN ULANG PERUSAHAAN JASA PENGIRIMAN BARANG DI SURAKARTA”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dirumuskan berbagai permasalahan yang akan diteliti. Rumusan masalah tersebut di antaranya :

1. Apakah kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada perusahaan jasa pengiriman barang di Surakarta ?
2. Apakah kualitas pelayanan mempengaruhi pembelian ulang pada perusahaan jasa pengiriman barang di Surakarta ?
3. Apakah kepuasan pelanggan mempengaruhi pembelian ulang pada perusahaan jasa pengiriman barang di Surakarta ?
4. Apakah kepuasan pelanggan dapat memediasi kualitas pelayanan terhadap pembelian ulang ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka dapat dirumuskan beberapa tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji dan menganalisis apakah kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada perusahaan jasa pengiriman barang di Surakarta.

2. Untuk menguji dan menganalisis apakah kualitas pelayanan mempengaruhi pembelian ulang pada perusahaan jasa pengiriman barang di Surakarta.
3. Untuk menguji dan menganalisis apakah kepuasan pelanggan mempengaruhi pembelian ulang pada perusahaan jasa pengiriman barang di Surakarta.
4. Untuk menguji dan menganalisis apakah kepuasan pelanggan dapat memediasi kualitas pelayanan terhadap pembelian ulang.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Akademis

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai rujukan bagi upaya untuk pengembangan penelitian dalam bidang ekonomi, terutama yang berkaitan tentang kualitas pelayanan.

2. Bagi perusahaan

Hasil dari penelitian diharapkan dapat memberikan informasi bagi perusahaan jasa pengiriman barang yang dapat digunakan untuk :

- a. Bahan evaluasi terhadap upaya-upaya yang telah ditempuh perusahaan dalam memuaskan keinginan konsumen.
- b. Bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam menyusun strategi untuk waktu yang akan datang mengenai strategi kepuasan pelanggan.

3. Bagi Penulis

Diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis yang dapat dijadikan bekal di masa yang akan datang.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

Dalam penelitian ini, sistematika penulisan ini disusun berdasarkan bab demi bab yang akan diuraikan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab kedua ini berisi tentang landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ketiga berisi tentang jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, subyek penelitian, populasi dan sampel penelitian, data dan sumber data, metode pengumpulan data, variabel penelitian, definisi operasional, skala pengukuran variabel, serta teknik analisis data.

BAB IV : PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

Pada bab keempat ini berisi tentang deskripsi responden, uji instrument, uji asumsi klasik, analisis data, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Pada bab kelima atau terakhir berisi tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran.

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**