

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan bisnis jasa yang semakin ketat memberikan pengaruh baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap perusahaan. Persaingan yang ketat menyebabkan perusahaan berlomba - lomba mengembangkan perusahaannya untuk mendapatkan perhatian konsumen dalam memasarkan produk atau jasa (Atmaja,2017). Karena dengan seiringnya perkembangan dunia bisnis yang semakin pesat saat ini akan membawa dampak persaingan bisnis yang ketat, terutama pada perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Dengan demikian perusahaan selalu dituntut bekerja lebih efisien dan lebih baik lagi supaya mampu bertahan dalam bidangnya masing - masing. Berhasil tidaknya sebuah perusahaan bergantung pada kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan kepada pelanggan agar pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan perusahaan, rasa puas yang diberikan perusahaan kepada pelanggan mampu membuat pelanggan menjadi loyal kepada perusahaan. Menurut Barati et al, (2016) loyalitas adalah keadaan psikologis yang terdiri dari kepuasan pelanggan, terus menerus dari produk dan adanya hubungan emosional yang mengarah ke hubungan mendalam dari pelanggan dengan perusahaan yang menyediakan layanan jasa atau produk. Sedangkan pendapat Derakhshanfar dan

Hasanzadeh (2016) loyalitas pelanggan yang sudah ada harus dipertahankan karena biaya untuk mendapatkan pelanggan yang baru hampir lima kali biaya untuk mempertahankan pelanggan lama. Loyalitas pelanggan merupakan faktor penting dalam kelangsungan hidup bisnis dan pengembangan lingkungan yang kompetitif (Bilika et al, 2016). Pada dasarnya kesetiaan pelanggan sangat dibutuhkan oleh perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen merupakan salah satu indikator yang menentukan kepuasan konsumen terhadap apa yang diberikan oleh perusahaan. Jika kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen baik, maka akan membuat konsumen beranggapan perusahaan telah profesional dalam memberikan pelayanannya. Begitu pula sebaliknya jika konsumen beranggapan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen buruk, maka konsumen akan beranggapan kalau perusahaan kurang profesional dalam memberikan layanan kepada konsumen. Seperti yang dikatakan Lupiyoadi (2013:228) didalam buku itu dijelaskan bahwa faktor utama penentu kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan jasa. Tingkat kepuasan pelanggan pun dapat diartikan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dan diharapkan (Lupiyoadi 2013:228). Kepuasan pelanggan menjadi tolak ukur perusahaan bagaimana hal ke depannya atau bahkan ada beberapa hal yang harus dirubah karena pelanggan merasa tidak puas atau

dirugikan. Jika konsumen tidak puas tentunya konsumen tidak akan kembali lagi dan mungkin bisa juga mengeluhkan ketidakpuasannya kepada konsumen lain. Tentunya hal ini akan menjadi ancaman bagi pengusaha tersebut. Widodo dalam Wedarini (2012:28) menyatakan bahwa seseorang yang kembali membeli, dan akan memberitahu yang lain tentang pengalaman baiknya dengan produk tersebut dapat dikatakan pelanggan tersebut merasa puas. Konsep dari kepuasan, kualitas pelayanan dan loyalitas saling berhubungan satu dengan yang lain. Secara teoritis, dalam prosesnya dapat memberikan acuan pada penelitian ini, dimana kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas baik secara langsung maupun mempengaruhi loyalitas secara tidak langsung melalui kepuasan pelanggan.

Pertumbuhan bisnis dalam bidang jasa pengiriman atau ekspedisi semakin ketat dewasa ini, salah satunya perusahaan CV.Tiga Saudara. Perusahaan CV. Tiga Saudara merupakan perusahaan jasa pengiriman atau ekspedisi yang berdiri sejak tahun 2012. Di dalam menjalankan aktivitas perusahaan, karyawan perusahaan masih kurang dalam hal ketidak disiplin, dan kurangnya rasa tanggung jawab yang mengakibatkan munculnya rasa ketidak puasan pelanggan. Menurut hasil pengamatan ditemukan kasus bahwa perilaku pelanggan masih belum bisa loyal terhadap perusahaan oleh karena itu perusahaan dituntut meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan agar para pelanggan mampu bersikap loyal kepada perusahaan supaya dapat menciptakan rasa

kesetiaan kepada perusahaan. Maka dalam persaingannya dengan perusahaan jasa pengiriman atau ekspedisi lainnya, perusahaan harus mampu memberikan pelayanan secara maksimal bagi para pelanggannya. Secara umum dapat dikatakan bahwa pada dasarnya keinginan para pelanggan yang berhubungan dengan jasa pengirimannya itu cepatnya kedatangan barang yang dikirim dan amannya pengiriman barang. Sebagai gambaran dapat dikemukakan pertimbangan-pertimbangan pelanggan yang berhubungan dengan perusahaan pengiriman antara lain;

1. Kecepatan pengiriman barang.
2. Ketepatan waktu.
3. Pelayanan yang baik.
4. Keselamatan atau keamanan akan barang.

CV.Tiga Saudara telah berusaha memenuhi semua faktor atau unsur-unsur yang menjadi pertimbangan para pelanggan, namun perusahaan belum mengetahui bagaimana penilaian para pelanggan terhadap jasa ekspedisi/pengiriman perusahaan CV.TigaSaudara. Dengan adanya masalah tersebut penulis berusaha untuk mengetahui tentang tanggapan para pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan kepuasanterhadap perusahaan CV.Tiga Saudara. Dari tanggapan tersebut dapat diketahui kelebihan dan kekurangan perusahaan CV.Tiga Saudara sehingga dapat dievaluasi pelayanan yang selama ini diterapkan oleh perusahaan sudah sesuai atau perlu dilakukan perubahan sehingga dapat tercapai target yang diharapkan.

Mengingat peran yang cukup strategis dari kualitas dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas para pelanggan kepada perusahaan, penulis sangat tertarik untuk mengadakan penelitian terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan yang di duga mempengaruhi loyalitas terhadap perusahaan, maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PERUSAHAAN EXPEDISI CV.TIGA SAUDARA”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis merumuskan beberapa permasalahan yang akan diteliti secara lebih mendalam. Rumusan masalah tersebut sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di perusahaan CV.Tiga Saudara?
2. Apakah kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di perusahaan CV.Tiga Saudara?
3. Apakah kualitas pelayanan dan kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di perusahaan CV.Tiga Saudara?

1.3 Tujuan Penelitian

Dengan melihat rumusan masalah di atas tujuan dari penelitian yang hendak dicapai oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di perusahaan CV. Tiga Saudara.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan di perusahaan CV. Tiga Saudara.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan secara bersama - sama terhadap loyalitas pelanggan di perusahaan CV. Tiga Saudara.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis
Hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam dunia pendidikan dan kemajuan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang pemasaran.
2. Manfaat Praktis
 - 1). Bagi penulis
Penelitian ini sebagai sarana untuk menambah pengetahuan dan wawasan dalam penerapan teori - teori yang sudah diperoleh di bangku kuliah.

2). Bagi pengguna

Diharapkan pembaca bisa mendapatkan tambahan informasi mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan.

3). Bagi perusahaan

Dapat digunakan sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan agar mampu membuat pelanggan menjadi loyal terhadap perusahaan.

4). Bagi pembaca dan peneliti berikutnya

Diharapkan peneliti dapat menambah informasi terkait dengan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan agar dapat digunakan sebagai bahan referensi oleh peneliti selanjutnya yang terkait dengan judul penelitian ini.