

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini era globalisasi di mana teknologi semakin berkembang pesat dan maju. Pertumbuhan manusia yang terus bertambah mengakibatkan permintaan kebutuhan hidup akan terus menerus naik serta tiada habisnya. Manusia akan selalu lapar dan membutuhkan berbagai macam sarana dan prasarana yang dapat mendukung kehidupannya. Seperti pada saat ini proses pengiriman barang sangat sering di lakukan oleh masyarakat luas dan prosenya berlangsung sangat cepat. Tingginya frekuensi pengiriman barang tersebut salah satunya di sebabkan oleh maraknya penjualan *online* dan pengiriman dokomen-dokumen yang dilakukan oleh perusahaan. Hal inilah yang merangsang pasar jasa pengiriman barang semakin tumbuh berkembang. Mungkin pada dahulu kala masyarakat hanya mengenal PT.Pos Indonesia sebagai perusahaan jasa pengiriman, baik surat menyurat maupun pengiriman barang, namun kini persaingan antar perusahaan jasa pengiriman semakin sengit karena banyaknya pemain baru yang berdatangan, bahkan perusahaan dari luar negeri ikut memasuki pasar jasa pengiriman di Indonesia. Seperti J&T dan maskapai penerbangan pun mulai memasuki pasar jasa pengiriman.

Dari beberapa perusahaan jasa pengiriman yang dikenal oleh masyarakat JNE merupakan salah satu penyedia jasa pengiriman yang cukup terkenal. JNE pernah mendapat penghargaan *The Most Populer Logistic* dan *The Best Logistic* di acara *Brand Champion Award 2011* yang di selenggarakan oleh konsultan *marketing* ternama *Markplus* dan JNE pernah merahi penghargaan Indonesia *Original*

Brands pada tahun 2011 dan 2012 yang diselenggarakan oleh majala SWA karena JNE di nilai sebagai produk local yang paling dikenal dan diminati oleh masyarakat luas. Dengan beberapa penghargaan yang sudah di raih JNE sudah menjadi salah satu perusahaan jasa terbaik di Indonesia. CV.Indo Akebono Ohta merupakan agen resmi JNE yang berada dalam wilayah cabang Medan Petisah. Perusahaan ini bergerak di bidang pengiriman dan logistik yang bermarkas di Jakarta, Indonesia. Nama resminya adalah Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (Tiki JNE).

Konsumen adalah sebuah inti dari suatu bisnis dan keuntungan adalah pencapaian yang di dapat, karena berhasil menarik konsumen. Pengertian perilaku konsumen perlu di bedakan dengan apa yang disebut sebagai perilaku pembeli (*Buyer Behavior*) atau perilaku pelanggan (*Costumer Behavior*).

Kepuasan merupakan suatu dorongan keinginan individu yang di arahkan pada tujuan untuk memperoleh kepuasan. Dengan demikian kepuasan pelanggan menjadi penting karena pada dasarnya perusahaan akan selalu berhadapan dengan dua macam pelanggan yaitu pelanggan baru dan pelanggan lama. Oleh karena itu, mempertahankan pelanggan lebih penting dari pada menarik pelanggan baru. Untuk memenuhi kepuasan pelanggan, maka banyak faktor-faktor yang mempengaruhi di antaranya adalah meningkatkan kualitas pelayanan, kepercayaan, harga, promosi, dan kualiatas produk yang disesuaikan dengan harapan pelanggan mereka.

Kualitas jasa yang baik merupakan hal yang sangat penting dalam menciptakan loyalitas pelanggan karena untuk memenuhi harapan dari pelanggan yaitu keamanan, kecepatan, ketepatan waktu, kemudahan dan kualiatas jasa dalam

mempertahankan konsumennya tergantung pada konsisten perusahaan menyampaikan nilai jasa yang lebih efektif dan efisien sehingga konsumen merasa puas dan tetap loyal kepada perusahaan. Kualitas pelayanan menurut Parasuraman (2009:50) sebagai berikut : “Kualitas pelayanan adalah perbandingan antara layanan yang di rasakan (persepsi) pelanggan dengan kualitas layanan yang di harapkan pelanggan”.

Untuk mencapai kualitas jasa yang di inginkan, pengelola jasa memerlukan upaya pemenuhan keinginan konsumen serta penyampaian yang tepat memenuhi keinginan konsumen terhadap tingkat layanan yang di terima dengan tingkat pelayanan yang di berikan.

Pemasaran tidak hanya membicarakan produk, harga produk, mendistribusikan produk, tetapi juga mengkomunikasikan produk tersebut kepada masyarakat agar produk itu di kenal dan pada akhirnya di beli. Untuk memperkenalkan produknya, maka CV.Indo Akebono Ohta JNE Medan perlu melakukan promosi dan mengkomunikasikan kepada para konsumen agar dapat mengambil suatu keputusan untuk menggunakan jasa CV.Indo Akebono Ohta JNE Medan. Promosi merupakan faktor penting dalam mewujudkan tujuan penjualan suatu perusahaan. Konsumen bersedia menjadi langganan, mereka terlebih dahulu harus dapat mencoba atau meneliti barang-barang yang disediakan atau di produksi oleh perusahaan, akan tetapi mereka tidak akan melakukan hal tersebut jika kurang yakin terhadap barang tersebut. Di sinilah perlunya mengadakan promosi yang terarah, karena di harapkan dapat memberikan pengaruh positif terhadap meningkatnya penjualan.

Kepuasan konsumen pengguna jasa pengiriman tidak akan tercapai apabila pelayanan dan promosi yang di berikan perusahaan jasa pengiriman tidak sesuai dengan harapan-harapan mereka. Tinggi rendahnya kepuasan konsumen pengguna jasa pengiriman tergantung dengan baik atau buruknya pelayanan dan promosi yang di terapkan pada perusahaan jasa pengiriman CV.Indo Akebono Ohta JNE Medan Petisah harus meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih baik lagi kepada seluruh konsumen pengguna jasa pengiriman dan memberikan promosi jasa pengiriman yang sesuai dengan ekonomi mereka. Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk memilih judul : **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Loyalitas Konsumen pengguna Jasa Pengiriman CV.Indo Akebono Ohta JNE Medan Petisah”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dengan latar belakang yang telah di paparkan sebelumnya, maka dapat di rumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pengguna jasa pengiriman CV.Indo Akebono Ohta JNE Medan Petisah ?
2. Apakah variabel promosi berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pengguna jasa pengiriman CV.Indo Akebono Ohta JNE Medan Petisah ?
3. Apakah variabel kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas konsumen pengguna jasa pengiriman CV.Indo Akebono Ohta JNE Medan Petisah ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas pelayanan secara parsial dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pengguna jasa pengiriman CV.Indo Akebono Ohta Medan Petisah.
2. Untuk mengetahui pengaruh variabel promosi secara parsial dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pengguna jasa pengiriman CV.Indo Akebono Ohta Medan Petisah.
3. Untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas pelayanan dan promosi secara simultan terhadap loyalitas konsumen pengguna jasa pengiriman CV.Indo Akebono Ohta Medan Petisah.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi penulis

Untuk memperluas wawasan dan pengetahuan penulis khususnya manajemen pemasaran mengenai pengaruh kualitas dan promosi terhadap loyalitas konsumen pengguna jasa pengiriman CV.Indo Akebono Ohta JNE Medan Petisah.

2. Bagi perusahaan

Penelitian ini dapat di jadikan sebagai bahan masukan dan saran dalam memberikan informasi yang berguna bagi perusahaan CV.Indo Akebono Ohta Medan Petisah mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan promosi

terhadap loyalitas konsumen sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menetapkan strategi bisnis dan pemasaran.

3. Bagi lembaga pendidikan (Akademik)

Penelitian ini bisa menambah dan melengkapi bahan referensi dan literatur bagi mahasiswa lainnya di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Medan Area.

4. Bagi pihak lain

Dapat di gunakan sebagai bahan referensi dan pertimbangan untuk dasar informasi bagi penelitian-penelitian selanjutnya di masa-masa yang akan mendatang.

