

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Persaingan di dunia bisnis kini tak hanya pada bidang industri, perdagangan, dan retail saja tetapi juga ada pada perusahaan jasa. Apalagi pada perusahaan jasa pengiriman barang yang berada dibidang pengiriman barang. Jasa pengiriman paket atau barang ini ada karena adanya kebutuhan masyarakat untuk mengirimkan barang dari satu tempat ke titik tempat lainnya, dengan jarak tempuh yang dekat maupun jarak yang jauh.

Untuk itu maka dibutuhkan perusahaan jasa logistik karena pihak ketiga ini dapat membantu melakukan pemindahan barang tersebut, karena terbatasnya alat transportasi. Karena itu munculah jasa pengiriman barang ini. Jasa kirim barang ini sangat dibutuhkan oleh masyarakat terlebih lagi untuk para pelaku bisnis *online*. Oleh karenanya sangat banyak perusahaan jasa yang menawarkan jasa mereka masing-masing dengan berbagai layanan dan keunggulannya yang berbeda-beda. Kedepannya perusahaan jasa logistik ini pastinya akan lebih berbasis pada teknologi, terutama pada teknologi informasi yang akan menjadikan perusahaan tersebut menjadi lebih unggul.

Perusahaan logistic juga harus memiliki harga yang bersaing, karena pembangunan infrastruktur serta meningkatnya efisiensi dalam penurunan biaya pengiriman barang dan menjadikan pengirimannya menjadi semakin cepat dan efisien. Strategi itu akan dapat membangun loyalitas pelanggan dan juga loyalitas terhadap merek. (Hanim faizal : 2019)

Menurut Tjiptono (2016:432), loyalitas konsumen merupakan sebuah komitmen dari konsumen sendiri untuk membeli atau bahkan mengutamakan suatu produk yang berupa barang ataupun jasa. Untuk menciptakan adanya kepuasan dan loyalitas tersebut, ada hal yang mestinya diperhatikan oleh perusahaan penyedia jasa yaitu memberi sebuah layanan yang sesuai pada kebutuhan dan juga keinginan pelanggannya. Hal itu dapat dilihat dari perilaku pembelian pelanggan, sehingga dengan melakukan kegiatan tersebut penyedia jasa bisa memenuhi sesuatu yang dibutuhkan dan juga diinginkan oleh konsumen. Ini juga merupakan kontribusi dari tujuan jasa kirim Anda Express Lamongan yang berorientasi kepada kepuasan pelanggan sehingga pelanggan memiliki loyalitas yang sangat kuat dengan memilih Anda Express untuk mengirimkan paket barang mereka. Karena pada dasarnya bisnis bertujuan untuk menciptakan konsumen yang bisa merasa puas kemudian konsumen nantinya akan menjadi loyal pada perusahaan tersebut.

Untuk mencapai hal itu maka dibutuhkan beberapa faktor dalam membangun loyalitas dan mengatasi pesaingannya seperti persepsi harga yang dapat mempengaruhi pelanggan dalam keputusannya menggunakan suatu produk ataupun jasa. Menurut Kotler dan Armstrong (2016:51), harga merupakan sejumlah uang yang perlu dibayarkan konsumen untuk memperoleh produk. Jika harga produk yang cocok atau sesuai pada kualitas jasa yang seseorang terima, maka seorang konsumen akan merasa puas. Setelah pelanggan puas maka mereka akan memiliki loyalitas, hal ini tercapai

dan terpenuhi dengan persepsi harga yang sesuai dengan keinginan pelanggan.

Namun kini banyak sekali jasa pengiriman barang yang bermunculan, maka pelaku usaha menjadi berlomba-lomba untuk menentukan strategi harga mereka agar tetap dapat bersaing satu sama lain. Jika dilihat perbandingan harga yang ditawarkan oleh masing-masing perusahaan, sudah terlihat jelas bahwa persaingan mereka sangat ketat. Berikut disajikan tabel yang memaparkan perbandingan harga dari beberapa perusahaan jasa kiriman barang dari kota Lamongan ke kota Surabaya dengan berat paket 1kg.

**Tabel 1.1**

**Perbandingan Harga Jasa Kurir Dari Lamongan Ke Surabaya**

<b>Jasa Ekspedisi</b>	<b>Tarif</b>	<b>Berat</b>	<b>Estimasi waktu</b>
Sicepat	Rp. 11.000	1kg	2-3 hari
JNE	Rp. 6.000	1kg	3-4 hari
J&T	Rp. 10.000	1kg	1-2 hari
Anteraja	Rp. 7.000	1kg	1-2 hari
Pos	Rp. 8.500	1kg	2 hari
IDexpress	Rp. 12.500	1kg	1-2 hari
Siida Express	Rp. 9.000	1kg	1-2 hari

Sumber : <https://berdu.id>

Dari table 1.1 di atas memperlihatkan bahwa beberapa jasa kirim tersebut memiliki tarif yang berbeda dengan estimasi waktu pengiriman yang berbeda pula. Harga yang ditawarkan tersebut sangat kompetitif dengan estimasi waktu pengiriman yang menjadi perbandingan. Keputusan mengenai harga akan sangat menentukan keberhasilan atau kegagalan perusahaan. Karena

persepsi harga ini dasar dari terbentuknya keuntungan sehingga pelaku bisnis akan berusaha memaksimalkannya dengan cara pengembangan pasar.

Kemudian selain faktor harga, promosi juga tidak kalah penting. Sekarang ini cara dan juga media promosi sudah semakin canggih, perusahaan dituntut dapat mengikuti perkembangan zaman dalam berpromosi. Menurut Alma dalam (Wulandari, 2016), promosi merupakan suatu komunikasi pemasaran yang berupa kegiatan pemasaran dalam bentuk menyebar informasi, memengaruhi, membujuk, dan juga mengingatkan pasar sasaran pada suatu perusahaan dan produknya supaya dapat menerima, membeli, dan juga loyal terhadap produk tersebut. Oleh karena itu, perusahaan harus melakukan promosi dengan maksimal untuk produk jasa yang ditawarkannya.

Disamping harga dan promosi juga ada faktor kualitas pelayanan yang terbilang sangat penting dalam meraih loyalitas pelanggan. Apabila kualitas pelayanan terhadap konsumen itu baik, maka kepuasan pelanggan juga akan tercipta dan jika kepuasan itu selalu dijaga dan dipelihara jadi loyalitas pelanggan pastinya akan meningkat juga. Jadi makin banyak konsumen yang puas maka tidak menutup kemungkinan loyalitas pelanggan juga akan diperoleh.

Jadi faktor Harga, promosi, dan kualitas pelayanan memang sangat penting untuk kelangsungan hidup perusahaan. Jika kualitas layanan terhadap konsumen itu baik, maka dari situlah kepuasan konsumen akan tercipta juga, jika harga murah dan dapat dijangkau oleh pelanggan maka

kepuasan akan tercipta juga, lalu jika promosi semakin baik maka makin banyak pelanggan yang menaruh kepercayaan untuk menggunakan jasa perusahaan. Semakin banyak konsumen yang puas, maka akan semakin banyak pula konsumen yang memakai jasa pengiriman barang tersebut. Jadi jika kepuasan itu dipelihara pastinya akan menumbuhkan rasa loyalitas dari konsumen.

Hal ini sudah selaras dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rizky Andofa Setiawan (2019) yang hasilnya menunjukkan jika kualitas layanan memberi pengaruh yang positif pada kepuasan konsumen, promosi juga memberi pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen. Kualitas layanan memang berpengaruh pada loyalitas konsumen, promosi berpengaruh pada loyalitas konsumen. Kepuasan pelanggan juga mempunyai pengaruh yang positif terhadap loyalitas konsumen. Kemudian menurut penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yusuf Setiawan (2021) hasilnya menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan persepsi harga memberi pengaruh yang positif pada kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan, kemudian kepuasan mempunyai pengaruh positif juga pada loyalitas konsumen, dan kepuasan konsumen mampu memediasi harga pada loyalitas konsumen pada transportasi transjakarta di halte busway flyover radin inten koridor xi.

Perusahaan dibidang ekspedisi atau pengiriman barang yang berada dikabupaten Lamongan memang sudah sangat banyak, tetapi ekspedisi Anda Express yang baru berdiri pada tahun 2017 ini sudah berkembang dan mulai

bersaing dengan perusahaan jasa lain. Ekspedisi ini memiliki keunggulan tersendiri dalam bidang pelayanannya, salah satunya adalah dengan menerapkan sistem COD (Cash On Delivery) yang sangat mudah. Sistem ini sangat menarik dan menguntungkan bagi pengirim dan juga penerima, apalagi untuk pelaku usaha online pastinya ini sangat meringankan dan memudahkan karena sistem COD dari Anda Express ini tidak memungut biaya apapun bahkan untuk ongkir bisa ditanggung pihak ekspedisi dan langsung pelanggan penerima barang yang membayar, berbeda dengan ekspedisi lain yang harus membayar ongkir terlebih dahulu. Kemudian untuk pencairan dana juga tidak membutuhkan waktu lama hanya dengan waktu dua hari setelah pengiriman barang maka dana akan diantar langsung oleh kurir ekspedisi kepada pihak pengirim. Anda Express juga menggunakan sistem pickup paket yang sangat memudahkan pelanggan tanpa harus mengantar paket ke kantor ekspedisi. (<https://www.andaexpresspusat.com>)

Namun disamping keunggulan-keunggulan tersebut menurut peneliti dari sisi promosi, Ekspedisi Anda Express ini masih kurang dikenal masyarakat secara luas, sebagian masyarakat bahkan ada yang belum mengenal dan mengetahui ekspedisi ini. Kemudian untuk pelayanannya memang sudah sangat mudah dan praktis untuk pelanggan, namun jika dibandingkan dengan ekspedisi lain Anda Express ini menurut peneliti masih kurang maksimal dalam pelayanannya dibidang teknologi digital, Anda Express masih banyak menggunakan cara manual seperti catatan nota, pencairan dana cash, dan resi otomatis juga belum ada. Hal ini mungkin akan dapat mempengaruhi pilihan

pelanggan dengan perbandingan harga pada ekspedisi lain apalagi persaingan harga sangat ketat. Faktor Harga, promosi, dan kualitas pelayanan ini sangat penting untuk menciptakan kepuasan pelanggan, karena semakin banyak pelanggan yang puas maka tidak menutup kemungkinan loyalitas pelanggan akan diraih pula oleh perusahaan.

Dari uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk membuat judul penelitian "Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Ekspedisi Anda Express Lamongan".

## 1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang diatas maka penulis telah membuat perumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada ekspedisi Anda Express Lamongan?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada ekspedisi Anda Express Lamongan?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada ekspedisi Anda Express Lamongan?
4. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada ekspedisi Anda Express Lamongan?
5. Apakah promosi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan ekspedisi Anda Express Lamongan?

6. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada ekspedisi Anda Express Lamongan?
7. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada ekspedisi Anda Express Lamongan?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada ekspedisi Anda Express Lamongan?
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan pada ekspedisi Anda Express Lamongan?
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada ekspedisi Anda Express Lamongan?
4. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pada ekspedisi Anda Express Lamongan?
5. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap loyalitas pelanggan pada ekspedisi Anda Express Lamongan?
6. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada ekspedisi Anda Express Lamongan?
7. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada ekspedisi Anda Express Lamongan ?

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberi manfaat sebagai berikut:



### 1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini di harapkan akan berguna dan menjadi tambahan pengetahuan bagi ilmu manajemen pemasaran, khususnya mengenai hal-hal yang berkaitan dengan judul tesis ini, serta menambah referensi juga bagi para peneliti berikutnya yang berkaitan dengan pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan pelanggan.

### 2. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini di harapkan bisa berguna untuk tambahan wawasan dalam pengetahuan mengenai pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan, kemudian hasil penelitian ini juga diharapkan dapat berguna sebagai bahan evaluasi untuk pihak manajemen perusahaan dan sebagai bahan masukan pula untuk menyusun strategi pemasaran perusahaan dalam memperbaiki perkembangan perusahaan.