

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Keberhasilan suatu perusahaan jasa ditentukan oleh kemampuan perusahaan tersebut dalam membangun loyalitas pelanggan. Menurut Pramana (2014) loyalitas pelanggan merupakan akibat dari suatu percobaan awal sebuah produk yang diperkuat melalui kepuasan sehingga akan mengarah pada pembelian ulang. Pembelian ulang oleh konsumen tentu saja akan meningkatkan volume penjualan yang berarti akan meningkatkan laba perusahaan. Loyalitas tersebut akan menjadi salah satu tujuan yang harus dicapai oleh suatu perusahaan dalam mempertahankan pelanggannya dari serbuan perusahaan pesaing sejenis.

Keberhasilan membangun loyalitas pelanggan dapat membuat kelangsungan hidup perusahaan akan tetap bertahan pada kondisi perekonomian yang sedang mengalami ketidakpastian seperti saat ini. Oleh karena itu, banyak perusahaan mempertahankan pasarnya melalui program pengembangan loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai standar penilaian. Hal ini didukung oleh pendapat Rai & Medha (2013) yang menyatakan bahwa loyalitas terbentuk karena adanya rasa puas yang dirasakan oleh pelanggan secara terus menerus sehingga akan terbentuk suatu ikatan emosional antara penyedia layanan dan pelanggan secara konsisten.

Dalam era perdagangan bebas setiap perusahaan menghadapi persaingan yang ketat. Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta berusaha memenuhi harapan pelanggan dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan oleh pesaing. Kualitas pelayanan sangat penting dalam menjalankan sebuah bisnis.

Untuk memenuhi kepuasan konsumen pada industri jasa, kualitas pelayanan sangat penting bagi perusahaan untuk dikelola dengan baik. Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan konsumen.

Kualitas pelayanan memberikan kesempurnaan pelayanan yang dilakukan oleh penyedia layanan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi hal penting yang harus diperhatikan serta dimaksimalkan agar mampu bertahan dan tetap dijadikan pilihan oleh pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima (Lopiyadi, 2013).

Kualitas Pelayanan dapat dipertimbangkan sebagai salah satu komponen dari Kepuasan Pelanggan, dimana suatu pelanggan merasa puas apabila kualitas dari pelayanan tersebut sesuai dengan yang diinginkan pelanggan. Selanjutnya, disaat pelanggan merasa puas terhadap suatu jasa pelayanan maka pelanggan akan menahan godaan tawaran dari pesaing dan tetap menggunakan jasa dari perusahaan yang membuatnya merasa puas. Oleh karena itu menurut penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Saputri *et al.*, (2021) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan dapat memediasi hubungan antara kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan.

Selain kualitas pelayanan, kepercayaan konsumen juga disinyalir dapat menimbulkan kepuasan konsumen, dimana jika konsumen sudah memiliki kepercayaan baik terhadap produk atau jasa maupun perusahaan, dimana kepercayaan berkembang setelah seorang individu mengambil resiko dalam berhubungan dengan apa yang telah digunakannya dan konsumen percaya bahwa perusahaan akan berusaha untuk memperkecil resiko yang timbul dari sebuah transaksi dan berusaha memuaskan konsumen. (Fadila & Dyansah, 2018). Kepercayaan sangatlah penting karena akan mempengaruhi hubungan jangka panjang. Ketika perusahaan telah mampu menciptakan kepercayaan terhadap produk atau jasa yang diproduksinya maka pelanggan akan sulit beralih kepada produk lain sehingga akan terciptanya loyalitas pelanggan. Pernyataan tersebut didukung Sitorus & Yustisia (2018) menyatakan bahwa kepercayaan sangatlah penting bagi perusahaan karena dengan kepercayaan akan terciptanya pelanggan yang puas sehingga dapat memperoleh konsumen yang loyal. Jadi dapat disimpulkan bahwa kepercayaan pelanggan akan dapat membuat pelanggan

mempunyai loyalitas yang tinggi karena pelanggan merasa bahwa perusahaan dapat memenuhi pelayanan yang diharapkan.

Beberapa penelitian terdahulu telah berupaya menguji tentang peran kepuasan pelanggan dalam memediasi pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan. Beberapa penelitian telah membuktikan bahwa kepuasan pelanggan berperan sebagai variabel mediasi pada pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan seperti penelitian yang dilakukan oleh Wicaksono & Santoso (2018) dan penelitian yang dilakukan oleh Fadila & Diansyah (2015). Meskipun begitu, masih terdapat adanya *gap research* yang menunjukkan hal sebaliknya dimana kepuasan pelanggan dalam tidak berperan sebagai variabel intervening pada pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan sebagaimana dibuktikan dalam penelitian yang dilakukan oleh Taufan & Ahzan (2023) dan penelitian yang dilakukan oleh Indrawati et al., (2021). Adanya *gap research* tersebut menjadi motivasi untuk melakukan penelitian mengenai kualitas pelayanan, kepercayaan pelanggan, kepuasan dan loyalitas pelanggan.

PT. Lima Tujuh Samudra, adalah salah satu perusahaan Ekspedisi Muatan Kapal Laut (EMKL) menjalankan usahanya di Pelabuhan Perak Surabaya, yang saat ini tengah berupaya mempertahankan keunggulan bersaingnya diantara perusahaan-perusahaan EMKL di Jawa Timur. Perusahaan EMKL yaitu perusahaan jasa mempunyai tujuan untuk memperlancar dan membantu pelaksanaan perdagangan ekspor impor sehingga mempermudah pembeli (importir) dan penjual (eksportir) dalam melaksanakan transaksinya. Dengan luasnya pangsa pasar yang ada, maka PT. Lima Tujuh Samudra dapat ikut mengambil porsi keuntungan dari bisnis jasa pengirimana barang ini. Pengiriman barang merupakan suatu perusahaan yang didirikan untuk dapat membantu menyelesaikan masalah di bidang pengiriman barang. Dalam perkembangannya PT. Lima Tujuh Samudra berusaha untuk memberikan solusi pengiriman barang guna meningkatkan efektifitas, efisiensi dan produktifitas yang baik dalam suatu organisasi perusahaan.

Berbagai upaya dilakukan PT. Lima Tujuh Samudra dalam meningkatkan pelayanan, diantaranya dengan didukung oleh para tenaga operasional yang profesional dan berpengalaman yang mempunyai kompetensi dalam bidangnya, oleh karena itu perusahaan harus benar-benar memahami bagaimana menjual jasa. Pengetahuan mengenai apa yang dibutuhkan oleh konsumen, siapa saja yang menjadi konsumen, dimana konsumen dapat memenuhi kebutuhannya (membeli), mengapa konsumen membutuhkan, bagaimana konsumen membeli, siapa yang terlibat dalam kegiatan pemasaran sudah menjadi prioritas bagi perusahaan dalam meningkatkan pelayanan. Hal yang melatarbelakangi permasalahan, bahwa berbagai upaya yang dilakukan oleh pihak perusahaan tersebut tidak diimbangi dengan peningkatan penjualan. Hasil survey di lapangan menunjukkan bahwa pada 6 bulan terakhir pelanggan jasa pengiriman PT.Lima Tujuh Samudra mengalami penurunan dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun sebelumnya, seperti yang ditunjukkan data pada tabel berikut ini:

**Tabel 1**  
**Penjualan Semester 1 Tahun 2021**

Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Juni
14,87%	16,62%	21,14%	18,22%	14,72%	14,42%

*Sumber: PT.Lima Tujuh Samudra*

Berdasarkan Tabel 1 di atas dapat dijelaskan bahwa jumlah pelanggan mengalami penurunan jika dibandingkan dengan jumlah pelanggan pada periode yang sama di tahun sebelumnya. Terjadinya penurunan jumlah pelanggan menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa pengiriman mengalami penurunan. Hal ini bisa saja dikarenakan semakin banyaknya pesaing yang menyediakan jasa pelayanan yang sama dengan yang diberikan oleh PT Lima Tujuh Samudra. Dengan kondisi persaingan yang sangat kompetitif ini perusahaan jasa seperti PT Lima Tujuh Samudra seharusnya mulai menyadari betapa pentingnya peran pelanggan.

Selain itu berdasarkan hasil pra penelitian yang penulis lakukan pada 12 pelanggan PT Lima Tujuh Samudra terkait kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan dan kepercayaan menunjukkan hasil sebagai berikut:

**Tabel 1.2**  
**Hasil Pra Survey Penelitian**

No	Pernyataan	Hasil	
		Ya	Tidak
1.	PT. Lima Tujuh Samudra Surabaya memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan (Kualitas Pelayanan)	7	5
2.	Saya merasa bahwa PT. Lima Tujuh Samudra Surabaya memiliki kemampuan untuk menyediakan jasa yang berkualitas bagi pelanggan (Kepercayaan)	4	8
3.	Pelayanan yang diberikan PT. Lima Tujuh Samudra Surabaya sesuai dengan harapan saya (Kepuasan Pelanggan)	5	7

Berdasarkan hasil pra survey sebagaimana ditunjukkan pada tabel 1.2 tersebut diatas diketahui bahwa masih terdapat pelanggan yang merasa bahwa pelayanan PT Lima Tujuh Samudra tidak baik, bahkan terkait dengan kepercayaan, hasil pra survey menunjukkan bahwa lebih banyak pelanggan yang tidak percaya dengan kemampuan PT Lima Tujuh Samudra untuk menyediakan jasa yang berkualitas bagi pelanggan. Selain itu, tujuh dari dua belas pelanggan dalam pra survey penelitian ini juga menyatakan bahwa mereka tidak puas dengan pelayanan PT Lima Tujuh Samudra.

Menindak lanjuti temuan tersebut dan dengan adanya gap research maka penulis bermaksud melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pelanggan di PT. Lima Tujuh Samudra Surabaya)”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Dari penjelasan diatas, maka dapat dirumuskan menjadi suatu rumusan masalah yaitu sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
4. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
5. Apakah kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
6. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan sebagai variabel intervening?
7. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan sebagai variabel intervening?

## 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian berdasarkan rumusan masalah di atas antara lain:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan
2. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan
4. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan
5. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan.
6. Untuk menganalisis kepuasan pelanggan menjadi intervening pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.
7. Untuk menganalisis kepuasan pelanggan menjadi intervening pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

a. Bagi peneliti selanjutnya

Sebagai pembanding dan pengembangan lebih lanjut bagi kegiatan penelitian sejenis yang berkaitan dengan perilaku konsumen dalam hal ini mengenai kualitas pelayanan, kepercayaan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan sehingga penelitian ini lebih berkembang

b. Bagi Bagian Pemasaran PT. Lima Tujuh Samudra Surabaya

Sebagai bahan masukan bagi PT. Lima Tujuh Samudra Surabaya dalam rangka untuk memengaruhi loyalitas pelanggan melalui analisis kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan pelanggan.

