

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era globalisasi ini, persaingan sangat ketat menuntut para pemasar baik dari perusahaan manufaktur maupun perusahaan jasa untuk selalu memahami kondisi pasar dan memikirkan strategi bisnisnya. Fokus pada pelanggan menjadi salah satu aspek sangat penting untuk diperhatikan. Strategi yang didasarkan pada komitmen manajemen dalam meningkatkan kualitas layanan untuk memuaskan konsumen secara terus menerus dilakukan oleh perusahaan-perusahaan, baik yang menghasilkan barang maupun jasa.

Ketika konsumen merasa puas dengan suatu jasa, mereka cenderung akan terus menggunakan jasa yang ditawarkan perusahaan. Seperti halnya yang telah dilakukan oleh perusahaan penyedia jasa salah satunya adalah PT. Pos Indonesia yang merupakan perusahaan milik negara. Perusahaan ini telah beroperasi sejak puluhan tahun yang lalu, sehingga tidak heran jika pos Indonesia memiliki segudang pengalaman di bidang pengiriman barang. Dalam pengiriman barang yang kecil, Pos Indonesia akan lebih murah sebab barang akan dihitung dengan tarif-pergram dan bukan perkilogram, sehingga barang dengan berat berapa gram tidak akan berlakukannya menjadi satu kilogram sekaligus. PT. Pos Indonesia merupakan perusahaan jasa yang melayani pengiriman paket yang melayani seluruh Indonesia. Mempunyai kelebihan dalam pengiriman, yaitu menerima segala jenis pengiriman mulai barang, hewan, dan sebagainya.

Menurut Tjiptono (2008) “kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respons pelanggan terhadap revolusi ketidaksesuaian (discinfirmation) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan pada persaingan yang semakin ketat ini”. Perusahaan yang bergerak di bidang jasa atau bisnis jasa harus memiliki pelayanan yang berkualitas agar supaya dapat memberikan kepuasan secara maksimal. Wyckof dalam Arief (2007) “kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Aspek dalam kualitas layanan ada 5 dimensi menurut Parasuraman et al., dalam Lovelock (2005) adalah Daya Tanggap, Bukti Fisik, Kehand alan, Jaminan, Empati.

Dimensi pertama daya tanggap adalah kompetensi para karyawan saat melayani pelanggan, hingga akses yang mudah agar para pelanggan dapat merasakan kepuasan. Menurut penelitian Nataniel dkk 2015. Daya tanggap berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan. Menurut penelitian Wibowo dan Muhtarom 2018, kualitas pelayanan daya tanggap secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Menurut penelitian Ihsan dan Supriono 2018, Secara parsial Daya Tanggap tidak berpengaruh signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan. Menurut panjaitan dan yulianti daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Lie, Efendi dkk 2017, harga dan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Dimensi kedua bukti fisik yaitu barang maupun pelayanan yang diberikan harus dalam kondisi yang baik. Menurut penelitian Nataniel dkk 2015, Bukti fisik berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan. Menurut penelitian Wibowo dan Abid Muhtarom 2018, kualitas pelayanan bukti fisik secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Menurut penelitian Ihsan 2018, Secara parsial variabel Bukti Fisik tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Menurut Panjaitan dan Yulianti bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Lie, Efendi dkk 2017, harga dan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Dimensi ketiga kehandalan adalah merupakan kemampuan untuk menghasilkan kinerja pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan pasti. Menurut penelitian Nataniel dkk 2015, kehandalan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan. Menurut penelitian Wibowo dan Abid Muhtarom 2018, kualitas pelayanan keandalan secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Menurut penelitian Ihsan 2018, Secara parsial variabel keandalan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Menurut Panjaitan dan Yulianti kehandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dimensi keempat jaminan adalah pengetahuan dan rasa hormat para karyawan serta kemampuan pelayanan pada konsumen berarti adanya

jaminan tersebut konsumen bisa merasa puas tentang pelayanan yang diberikan perusahaan. Menurut penelitian Nataniel dkk 2015, variabel jaminan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan. Menurut penelitian Wibowo dan Abid Muhtarom 2018, kualitas pelayanan jaminan secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Menurut penelitian Ihsan 2018, Secara parsial variabel jaminan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Menurut Panjaitan dan Yulianti 2018, jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan..

Dimensi kelima empati adalah pelayanan yang berkualitas dikarenakan agar konsumen merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan jasa. Hal-hal yang berkaitan tentang pelayanan yang berkualitas tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan itu dikarenakan hal yang dilakukan oleh perusahaan yang maksimal tentang pelayanan tersebut akan didapatkan oleh pelanggan sehingga nantinya dapat mempersepsikan bahwa pelanggan adalah raja sehingga mendapatkan pelayanan yang maksimal dan mendapatkan kepuasan pelanggan. Menurut penelitian Nataniel dkk 2015, variabel Empati berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan. Menurut penelitian wibowo dan Abid Muhtarom 2018, kualitas pelayanan empati secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Menurut penelitian Ihsan 2018, Secara parsial variabel empati berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Menurut panjaitan dan yulianti 2018 empati berpengaruh

signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Menurut penelitian Secara parsial Empati tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Nataniel(2015) tentang “ Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Ritel PT.Pos Indonesia, Kantor Pos Besar Kota Malang).” Berdasarkan rumusan masalah di atas maka judul penelitian ini adalah Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia Purwokerto. Perbedaan dengan peneliti sebelumnya dengan penelitian sekarang adalah perbedaannya dalam teori yang diterapkan.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka permasalahan yang dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah Daya Tanggap Secara Parsial Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Pos Indonesia Purwokerto ?
2. Apakah Bukti Fisik Secara Parsial Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Pos Indonesia Purwokerto ?
3. Apakah Keandalan Secara Parsial Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Pos Indonesia Purwokerto ?
4. Apakah Jaminan Secara Parsial Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Pos Indonesia Purwokerto ?
5. Apakah Empati Secara Parsial Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Pos Indonesia Purwokerto ?

6. Apakah Daya Tanggap, Bukti Fisik, Kehandalan, Jaminan, Dan Empati Secara Simultan Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia ?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah yang telah disusun, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk Menganalisis pengaruh positif daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia Purwokerto.
2. Untuk Menganalisis pengaruh positif bukti fisik secara parsial terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia Purwokerto ?
3. Untuk Menganalisis pengaruh positif kehandalan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia Purwokerto ?
4. Untuk Menganalisis pengaruh positif jaminan secara parsial terhadap kepuasan konsumen PT. Pos Indonesia Purwokerto ?
5. Untuk Menganalisis pengaruh positif empati secara parsial terhadap kepuasan konsumen PT. Pos Indonesia Purwokerto ?
6. Untuk Menganalisis pengaruh daya tanggap, bukti fisik , kehandalan, jaminan, dan empati secara simultan terhadap kepuasan konsumen PT. Pos Indonesia Purwokerto

D. Manfaat Penelitian

Dengan penelitian ini diharapkan akan bermanfaat untuk beberapa pihak sebagai berikut :

1. Bagi peneliti

- a. Sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
- b. Sebagai bahan masukan untuk menambah serta memperluas pengetahuan penulis yang khususnya mengenai PT. Pos Indonesia Purwokerto. Serta menumbuhkan profesionalisme kerja dan pemecahkan masalah secara ilmiah.
- c. Sebagai bahan informasi bagi peneliti yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut terutama dengan kualitas layanan dan hubungan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia Purwokerto.

2. Bagi perusahaan PT. Pos Indonesia Purwokerto

- a. Dapat memberikan gambaran dan informasi yang berguna bagi perusahaan dalam melakukan kebijakan dan strategi pemasaran yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

3. Bagi konsumen

Sebagai pengetahuan yang dijadikan referensi maupun tambahan informasi bagi konsumen yang menggunakan jasa PT. Pos Indonesia Purwokerto.