

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tingkat perkembangan ekonomi dunia di tandai dengan globalisasi di segala bidang yang diiringi pula tingginya tingkat mobilitas penduduk, lalu lintas uang dan barang dalam arus perdagangan. Disisi lain beban tugas pemerintah semakin berat karena semakin tingginya tuntutan peningkatan kesejahteraan rakyat. Banyaknya penduduk yang saling mengirim barang dari tempat jauh membuat jasa ini menjadi sangat penting. Saat ini perusahaan jasa pengiriman jalur darat jumlahnya cukup banyak dari perusahaan kecil yang berskala kecil sampai perusahaan asing berskala besar yang memiliki kantor cabang di mancanegara

Meyakinkan pelanggan dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan jalur darat tidaklah mudah, salah satu caranya dengan memanfaatkan perilaku loyalitas pelanggan. Pemanfaatan loyalitas pelanggan ini disebabkan oleh efek jangka panjang loyalitas itu sendiri, dengan harapan pelanggan tetap menggunakan jasa pengiriman tersebut secara terus-menerus dan berulang-ulang. Loyalitas pelanggan sangat penting artinya bagi perusahaan yang menjaga kelangsungan usahanya maupun kelangsungan kegiatan usahanya. Pelanggan yang setia adalah mereka yang sangat puas dengan produk dan pelayanan tertentu, sehingga mempunyai antusiasme untuk memperkenalkannya kepada siapapun yang mereka kenal

Pelanggan pada dasarnya berasal dari konsumen biasa yang mencoba menggunakan jasa ataupun produk dari sebuah perusahaan. Pelanggan terbentuk dari pola kerja sama saling menguntungkan yang terjadi dalam proses kerjasama antara penyedia layanan dan pengguna layanan. Tanpa kerjasama yang saling menguntungkan tidak akan ada yang disebut sebagai pelanggan. Tanpa kerjasama yang saling menguntungkan yang ada hanyalah proses pembelian barang biasa tanpa diikuti dengan pembelian barang berulang-ulang diwaktu lainnya

Kebutuhan hidup baik perorangan ataupun perusahaan saat ini semakin hari semakin bertambah. Bertambahnya kebutuhan masyarakat membuat pengiriman

barang ke suatu tempat ketempat lain juga semakin meningkat dan ini memberikan kesempatan yang baik untuk kemajuan bisnis jasa pengiriman barang di Indonesia. Kesempatan tersebut dapat membuat bisnis pengiriman barang terus menerus meningkat dan memiliki peluang pasar yang baik

Meningkatnya jasa pengiriman barang bisa dilihat menurut Syarifuddin dalam kartini(2017) layanan jasa pengiriman barang beberapa tahun terakhir berkembang sangat baik, pertumbuhan rata-rata industri pada tahun 2016 yaitu sekitar 14% dengan total nilai transaksi mencapai 50 triliun. Ditambahkan lagi menurut Wibawa (2017) Berdasarkan data Asprindo, Pertumbuhan pengiriman barang secara rata-rata industri sepanjang 2017 sekitar 14,7%. Sedangkan di tahun 2018 bisnis jasa pengiriman mengalami pertumbuhan yang tidak beda jauh dengan tahun sebelumnya yaitu tumbuh sekitar 15 %. (Feriadi, 2017) yang dapat dilihat pada tabel 1.1 dibawah ini:

Tabel 1.1 Perkembangan Bisnis Jasa Pengiriman

No	Tahun	Persentase
1	2017	14.7%
2	2018	15%

Sumber: Feriadi, 2017

Dari data yang dijelaskan diatas maka ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi hal tersebut. Menurut Masita dalam Rahayu (2014) meningkatnya perkembangan pasar jasa pengiriman barang disebabkan oleh dua faktor yaitu oleh perkembangan ekonomi Indonesia dan terus meningkatnya perdagangan domestik maupun luar negeri dan banyaknya perusahaan yang menyerahkan aktivitas pengiriman barangnya ke pihak ketiga. Ssalah satu perusahaan pengiriman yaitu PT Citra Adinusantara

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, yang pertama adalah *customer bonding*. Hal tersebut didukung oleh hasil penelitian terdahulu dari Elsa Nur (2018) yang mengatakan bahwa *customer bonding* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Menurut Marsudi (2017:1) *customer bonding* adalah semua aktivitas pemasaran untuk mengikat pelanggan bahwa produk yang ditawarkan atau dikonsumsi adalah satu-satunya solusi yang dibutuhkan pelanggan sehingga pelanggan tidak pindah (*migrate*) ke produk lain

Selain *customer bonding* faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga. Hal tersebut didukung oleh hasil penelitian terdahulu dari Budi P (2019) yang mengatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Menurut Kotler dan Armstrong (2017:345) mengatakan bahwa harga dapat didefinisikan secara sempit sebagai jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa. Atau dapat didefinisikan secara luas harga sebagai jumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk keuntungan memiliki dan menggunakan produk atau jasa yang memungkinkan perusahaan mendapatkan laba yang wajar dengan cara dibayar untuk nilai pelanggan yang diciptakannya

Faktor yang tidak kalah penting yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kepuasan pelanggan. Hal tersebut didukung oleh hasil penelitian terdahulu dari Finisica (2020) yang mengatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Menurut Tjiptono (2017:311) kepuasan pelanggan merupakan respon pelanggan terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian (atau standar kinerja lainnya) dan kinerja aktua; produk sebagaimana dipersepsikan setelah memakai atau mengkonsumsi produk bersangkutan

Dari penjelasan latar belakang diatas penulis mengangkat judul **“Pengaruh *Customer Bonding*, Harga dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Logistik PT Citra Adinusantara”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *customer bonding* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa logistik PT Citra Adinusantara?
2. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa logistik PT Citra Adinusantara?
3. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa logistik PT Citra Adinusantara?

4. Apakah *customer bonding*, harga, dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa logistik PT Citra Adinusantara?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini hanya memfokuskan pada pelanggan jasa logistik PT Citra Adinusantara
2. Hanya menggunakan 3 variabel bebas yaitu *customer bonding*, harga, dan kepuasan pelanggan, serta 1 variabel terikat yaitu loyalitas pelanggan

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka penulis merumuskan tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *customer bonding* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa logistik PT Citra Adinusantara.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa logistik PT Citra Adinusantara
3. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa logistik PT Citra Adinusantara
4. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *customer bonding*, harga, dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa logistik PT Citra Adinusantara

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan berguna bagi semua pihak terutama pihak yang memiliki kepentingan langsung dalam masalah yang dibahas dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi PT Citra Adinusantara: untuk memberikan saran dan masukan yang bermanfaat bagi perusahaan sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan
2. Bagi STIAMAK Barunawati: sebagai referensi yang dapat memberikan perbandingan dalam melakukan penelitian dibidang yang sama.

1.6 Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan dibuat untuk mempermudah mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, Batasan masalah dan sistematika penulisan.

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan mendeskripsikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan.

2. BAB II LANDASAN TEORI

Berisi tentang teori-teori yang digunakan dalam penelitian, penelitian terdahulu, kerangka berfikir dan hipotesis penelitian.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Berisi tentang metode yang digunakan yaitu kuantitatif, populasi dan sampel serta teknik analisis yang digunakan.

4. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang paparan hasil pengolahan data penelitian yang dilakukan oleh penulis.

5. BAB V PENUTUP

berisi tentang kesimpulan dan saran penelitian yang telah dilakukan oleh penulis.