

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Era globalisasi pada saat ini berkembang dengan pesat, dengan perkembangan era globalisasi tersebut perkembangan bisnis pun berkembang, salah satunya adalah jasa pengiriman, oleh karena itu perusahaan jasa pengiriman saat ini banyak di minati oleh masyarakat. Persaingan dari berbagai perusahaan yang sejenis pun beragam antara lain, TIKI, Pos, Wahana, DHL, dan Lain-lain. Kualitas pelayanan adalah hal penting yang harus diperhatikan perusahaan untuk mempertahankan eksistensinya, dengan memahami apa yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen dari kualitas pelayanan yang diberikan, maka akan didapat suatu nilai tambah tersendiri bagi perusahaan tersebut. Kualitas pelayanan perlu mendapat perhatian besar dari perusahaan, karena kualitas pelayanan mempunyai hubungan langsung dengan kemampuan bersaing dan tingkat keuntungan perusahaan. Kepuasan adalah hal mendasar bagi kesejahteraan konsumen individu, terhadap laba perusahaan didukung melalui pembelian dan patronisasi, dan stabilitas ekonomi dan struktur politik (Oliver, 2010:4).

Kotler dan Keller (2009:138) menyatakan kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang telah dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan

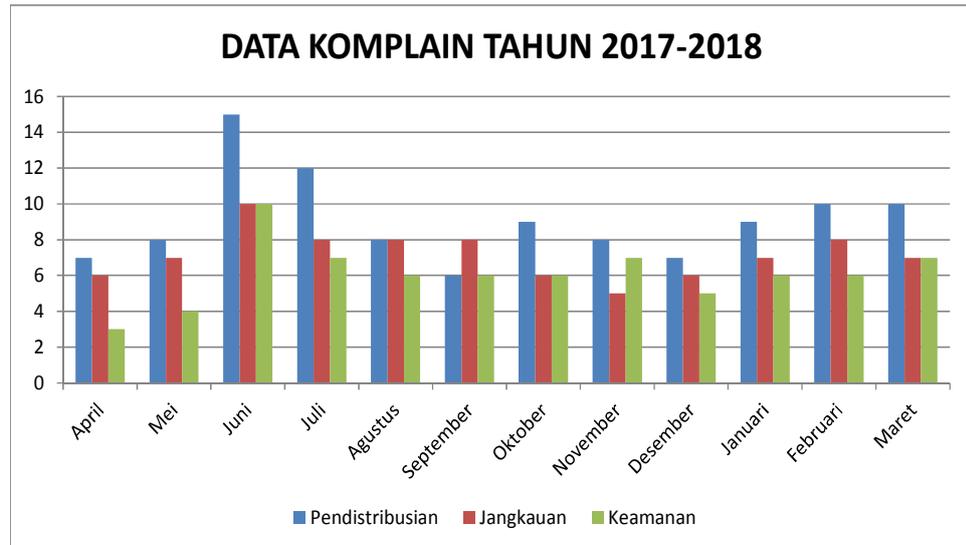
tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang.

Menurut Lupiyoadi (2014:45) menyatakan bahwa kepuasan adalah keadaan emosional, reaksi pasca pembelian mereka, dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, netralitas, kegembiraan dan kesenangan. Kepuasan dipengaruhi oleh perbandingan layanan yang dipahami dengan pelayanan yang diharapkan, dan sebagai reaksi emosional jangka pendek pelanggan terhadap kinerja pelayanan tertentu. Kepuasan konsumen timbul jika (1) Kesesuaian kualitas pelayanan dengan tingkat harapan, (2) Tingkat kepuasan apabila dibandingkan dengan yang sejenis, (3) Tidak ada pengaduan atau komplain yang dilayangkan. Keidealan kondisi tersebut harus diterapkan pada semua layanan JNE.

Kenyataan menunjukkan bahwa masih banyak ditemukan ketidakpuasan konsumen mengenai pelayanan yang diberikan oleh pihak JNE. Ketidakpuasan akan pelayanan jasa dapat dibaca di media cetak maupun *online* mengenai keluhan tentang sikap dan pelayanan kurang simpatik, seperti sikap dan ekspresi yang kurang ramah terhadap konsumen, kurangnya perhatian yang diberikan pegawai terhadap konsumen, sarana dan prasarana yang masih terbatas, dan sebagainya. Konsumen yang tidak puas akan memberikan rekomendasi dari mulut ke mulut, sehingga mempengaruhi sikap dan keyakinan orang lain untuk tidak berkunjung ke sarana tersebut (Tjiptono, 2001:69).

PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) adalah perusahaan kurir dan logistik terbesar yang didukung dengan sistem secara *online* yang tersebar luas di Indonesia, melayani pengiriman Express di seluruh Indonesia. Layanan Regular mencapai kota dan kabupaten tujuan di seluruh Indonesia. Produk layanan yang diberikan sangat bervariasi namun YES (Yakin Esok Sampai) yang disertai laporan penyampaian secara otomatis melalui layanan SMS adalah merupakan produk andalan JNE saat ini. Walaupun layanan JNE berpengaruh terhadap faktor lain seperti cuaca dan layanan penerbangan, namun dengan adanya jaminan uang kembali merupakan komitmen JNE untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan.

Sebagai pelayanan jasa pengiriman, JNE memiliki masalah utama yaitu mengenai pelayanan yang diberikan apakah sudah sesuai harapan konsumen atau tidak. Oleh karena itu, pihak JNE dituntut untuk selalu menjaga kepercayaan konsumen dengan meningkatkan kualitas pelayanan sesuai dengan tujuannya yaitu “Peningkatan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen terhadap Jasa Pengiriman JNE” sehingga konsumen akan merasa puas dengan pelayanan jasa yang diberikan dan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen untuk tetap menggunakan jasa JNE. Data komplain konsumen JNE pada tahun 2017-2018 disajikan pada Gambar 1.1 sebagai berikut :



Gambar 1.1 Data Komplain Pelanggan Tahun 2017-2018

Sumber : Data Arsip JNE Cabang GKB Gresik

Berdasarkan gambar 1.1 masih ada harapan konsumen yang tidak sesuai dengan kenyataannya. Pada poin pertama pendistribusian barang yang tidak sesuai dengan estimasi paling banyak terjadi pada bulan Juni. Pada poin kedua cenderung fluktuatif, terkadang mengalami peningkatan namun terkadang mengalami penurunan meskipun tidak terlalu signifikan, JNE belum bisa menjangkau daerah yang terpencil atau daerah pelosok. Harga lebih mahal dan estimasi hari terkadang tidak sesuai dengan estimasi yang diberikan, dikarenakan kantor-kantor cabang JNE hanya berada dikota-kota besar. Pada poin ketiga juga cenderung fluktuatif, terkadang mengalami peningkatan namun terkadang mengalami penurunan meskipun tidak terlalu signifikan, JNE masih belum bisa menjamin barang yang dikirimkan tidak rusak atau tidak hilang. Kemungkinan-kemungkinan barang rusak atau hilang masih sering terjadi.

Mengetahui pelayanan yang diberikan perusahaan tersebut, peneliti melakukan penelitian awal di JNE cabang GKB Gresik yang terletak di Jalan Sumatera Nomor 42 GKB Gresik. Lokasi ini dipilih karena merupakan kantor cabang JNE wilayah Gresik kota. Penelitian awal dilakukan dengan melakukan wawancara singkat kepada sepuluh konsumen JNE Cabang GKB yang dipilih secara acak. Berikut ini adalah tabel 1.1 mengenai komplain pelanggan sebagai berikut :

Tabel 1.1 Komplain Pelanggan

No	Subjek	Kesimpulan
1.	Subjek 1	Pelayanan JNE belum baik, tidak sesuai dengan harapan karena pengiriman barang tidak sesuai dengan estimasi, tidak mendapatkan <i>packing</i> gratis, harganya terlalu mahal, penanganan komplain lambat dan lahan parkir kurang luas.
2.	Subjek 2	Pelayanan JNE belum begitu baik, tidak sesuai dengan harapan karena pengiriman barang tidak sesuai dengan estimasi, penanganan komplain lambat, tidak mendapatkan <i>packing</i> gratis ruangnya kurang luas sehingga kurang leluasa dan lahan parkir kurang luas.
3.	Subjek 3	Pelayanan JNE sudah baik sesuai dengan estimasi, penanganan komplain cepat dan tanggap, barang aman sampai tujuan, tetapi ruangnya kurang luas sehingga kurang leluasa dan lahan parkir kurang luas sehingga kurang merasa aman.
4.	Subjek 4	Pelayanan JNE belum begitu baik, tidak sesuai dengan harapan karena pengiriman barang tidak sesuai dengan estimasi yang dijanjikan, penanganan komplain agak lambat, ruangnya kurang luas sehingga kurang leluasa dan lahan parkir kurang luas.
5.	Subjek 5	Pelayanan JNE belum baik, tidak sesuai dengan harapan dan keinginan karena pengiriman barang tidak sesuai dengan estimasi yang telah disampaikan, penanganan komplain kurang begitu cepat, ruangnya kurang luas sehingga kurang leluasa, lahan parkir kurang luas dan petugasnya kurang ramah.
6.	Subjek 6	Pelayanan JNE sudah baik sesuai dengan estimasi, penanganan komplain lambat, barang aman sampai tujuan, petugasnya ramah dan sopan murah senyum, tetapi ruangnya sempit sehingga kurang leluasa dan lahan parkir kurang luas.
7.	Subjek 7	Pelayanan JNE belum baik, tidak sesuai dengan harapan karena pengiriman barang tidak sesuai dengan estimasi, tidak ada ganti rugi barang rusak, penanganan complain agak lambat, ruangnya kurang luas sehingga kurang leluasa dan lahan parkir kurang luas.
8.	Subjek 8	Pelayanan JNE sudah baik, sesuai dengan harapan karena pengiriman sesuai dengan estimasi, penanganan komplain cepat, tetapi ruangnya kurang luas sehingga kurang leluasa dan lahan parkir kurang luas.
9.	Subjek 9	Pelayanan JNE sudah baik, pengiriman sesuai dengan estimasi yang dijanjikan, penanganan komplain sudah cukup cepat dan tanggap, ruangnya harum dan tempat duduknya cukup nyaman.
10.	Subjek 10	Pelayanan JNE sudah baik, sesuai dengan harapan, barang aman sampai tujuan, pegawaiya kurang senyum, harganya mahal, ruangnya masih kurang besar, tempat duduknya kurang nyaman dan lahan parkirnya kurang luas.

Berdasarkan tabel di atas bahwa ada empat subjek yang merasa pelayanan JNE sudah baik, merasa sesuai dengan harapan yang diinginkan, barang sampai sesuai dengan estimasi dan tempat duduk yang cukup nyaman. Konsumen yang kurang puas dengan pelayanan JNE berjumlah

enam orang yaitu mereka merasa pelayanan JNE kurang baik, tidak sesuai dengan estimasi yang dijanjikan, ruangnya sempit, tidak mendapatkan *packing* gratis dan lahan parkir yang sempit.

Selain sering terjadinya komplain konsumen, pihak JNE memiliki visi menjadi perusahaan internasional yang sukses adalah penting bagi JNE untuk memiliki jaringan usaha yang kuat di Indonesia yang merupakan salah satu negara target investasi dan pasar yang strategis di mata dunia. Hal ini menjadi salah satu permasalahan yang mendorong pihak JNE untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas untuk memenuhi target tersebut. Dengan meningkatnya status JNE menjadi perusahaan jasa terbaik di Gresik, maka diharapkan dapat memenuhi seluruh kebutuhan dan memberikan pelayanan prima kepada konsumen.

Berdasarkan fakta yang ada dari keluhan konsumen pada kualitas pelayanan yang mereka terima di JNE Cabang GKB Gresik, maka dapat diambil kesimpulan awal bahwa terjadi kesenjangan antara harapan dan pelayanan yang dirasakan konsumen, untuk itulah peneliti tertarik untuk mengkajinya lebih dalam, dengan harapan adanya peningkatan kualitas pelayanan di JNE Cabang GKB Gresik sehingga konsumen akan merasa puas dengan apa yang ia harapkan.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Kepuasan yang dirasakan konsumen di JNE Cabang GKB yang diungkapkan pada latar belakang masalah sebelumnya dirasa sangat penting, karena jika dilihat dari berbagai keluhan konsumen terhadap pelayanan yang

diberikan, konsumen belum mendapatkan pelayanan maksimal yang sesuai dengan harapannya. Jika dibiarkan dan tidak ada tindak lanjut dari pihak manajemen, maka akan berdampak pada menurunnya jumlah pelanggan.

Kotler dan Keller (2009:138-139) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Perusahaan akan berhasil memperoleh konsumen dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi konsumen. Ketika konsumen telah merasa puas maka akan terjalin hubungan harmonis antara produsen dan konsumen, menciptakan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan sebuah perusahaan.

Menurut Zeithaml, Berry dan Parasuaman (1985 dalam Suryani, 2006:74), Keputusan-keputusan seorang konsumen untuk mengkonsumsi atau tidak mengkonsumsi suatu barang atau jasa dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain adalah persepsinya terhadap kualitas pelayanan. Pernyataan ini menunjukkan adanya interaksi yang kuat antara Kepuasan Konsumen dengan Kualitas Pelayanan. Harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan sangat dipengaruhi oleh informasi yang diperolehnya dari mulut ke mulut, kebutuhan-kebutuhan konsumen itu sendiri, pengalaman masa lalu dalam mengkonsumsi suatu produk, hingga pada komunikasi eksternal melalui iklan, dan sebagainya. Kepuasan konsumen mempunyai peranan penting dalam perkiraan kualitas pelayanan JNE.

Hal tersebut telah dibuktikan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hon dan Tantri (2017) dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dalam Meningkatkan Loyalitas di Moderasi Harga yang bertujuan untuk mengetahui kualitas layanan, kepuasan serta harga dalam peningkatan loyalitas murid. Penelitian ini dilakukan pada sebuah lembaga kursus Mandarin yang berlokasi di Jakarta Barat. Responden yang digunakan sebanyak 200 murid. Analisa data menggunakan metode *Structural Equation Modelling (SEM)*. Hasilnya menunjukkan bahwa kualitas layanan yang baik akan meningkatkan kepuasan murid, kualitas layanan yang baik akan meningkatkan loyalitas murid, kepuasan murid yang semakin tinggi maka loyalitas murid akan semakin rendah, harga yang semakin murah akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas murid.

Penelitian lain dilakukan oleh Yunita (2017) dalam penelitiannya berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Relationship Marketing* dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Loyalitas dan Kepuasan Nasabah Bank yang bertujuan untuk memberikan bukti empiris tentang pengaruh Kualitas layanan, *Relationship Marketing*, *Corporate Social Responsibility* dan Kepuasan nasabah terhadap Loyalitas nasabah di BRI Cabang Tebing Tinggi. Dengan menggunakan 150 responden nasabah BRI cabang Tebing Tinggi tahun 2016. Teknik penentuan sampling adalah *Convenience Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dengan kumpulan informasi dari anggota-anggota populasi yang mudah diperoleh dan mampu menyediakan informasi tersebut. Teknik pengujian hipotesis menggunakan

analisis regresi berganda dan analisis jalur. Hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan semua variabel independen berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Berdasarkan hasil uji t dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah. Relationship Marketing tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah, sedangkan CSR berpengaruh signifikan terhadap loyalitas tapi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Selanjutnya variabel kepuasan nasabah berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas nasabah.

Penelitian lain dilakukan oleh Gloria (2011) dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan pada Kepuasan Pelanggan di Industri Utilitas-Sebuah Kasus Vodafone (Ghana) bahwa ada hubungan positif antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Mendapatkan kepuasan pelanggan sangat bergantung pada memastikan bahwa perusahaan mempertahankan standar kualitas layanan yang tinggi. Menempatkan mekanisme kualitas di perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Oleh karena itu hipotesis dibuktikan, di antara variabel kualitas layanan yang secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan termasuk kompetensi, kesopanan, tangibility, keandalan, daya tanggap dan komunikasi.

Penelitian lain juga dilakukan oleh Januar (2016) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan kepuasan pelanggan baik secara bersama-sama ataupun sebagian

pada JNE Cabang Bandung. Teknik analisa yang digunakan adalah teknik analisa deskriptif dan dengan menggunakan regresi berganda. Sedangkan sampel teknik yang digunakan adalah *non probability sample* yang menggunakan total sampel sebesar 78 orang. Berdasarkan hasil dari penelitian ini bahwa kualitas layanan (X) yang terdiri dari kehandalan, kepastian, kenyataan, empati, dan daya tanggap, memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai (nilai p)  $0.003 < 0.05$ . Sebagian hasil uji menunjukkan bahwa hanya variabel empati yang memiliki sebagian pengaruh dalam kepuasan pelanggan dengan jumlah variabel yang signifikan (nilai p) berjumlah  $0.021 < 0.05$ .

Dilihat dari keempat penelitian di atas, maka kualitas pelayanan dan kepuasan merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan, karena dengan adanya kepuasan maka pihak terkait dapat saling mengkoreksi sampai mana pelayanan yang diberikan apakah bertambah baik atau buruk. Hal tersebut sangat dipengaruhi oleh setiap pegawai JNE dalam memberikan pelayanan kepada konsumen, dengan kata lain pelayanan yang dapat memuaskan adalah pelayanan yang dilakukan berdasarkan ketentuan yang berlaku dan dapat memahami apa yang diminta konsumen dari jurusan pelayanan itu sendiri.

Penelitian terdahulu yang digunakan peneliti sebagai dasar dalam penelitian ini tujuannya adalah untuk mengetahui hasil yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu sekaligus sebagai perbandingan dan gambaran yang dapat mendukung kegiatan penelitian berikutnya yang sejenis. Penelitian yang dilakukan para peneliti yang menunjukkan perbedaan diantaranya sebagai berikut :

**Tabel 1.2 Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu dan Sekarang**

No.	Item	Peneliti		Persamaan	Perbedaan
		Terdahulu	Sekarang		
1	Judul	Hon Liung, Tantri Yanuar Rahmat Syah 2017, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dalam Meningkatkan Loyalitas di Moderasi Harga	Solichatul Fitriyah, 2018, Hubungan Persepsi Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen Pada JNE Cabang GKB Gresik	Sama-sama membahas kualitas pelayanan dan kepuasan	Peneliti terdahulu mencari tahu Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dalam Meningkatkan Loyalitas di Moderasi Harga sedangkan peneliti sekarang meneliti hubungan persepsi kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen
	Variabel bebas	Kualitas Pelayanan	Persepsi Kualitas Pelayanan	Kualitas Pelayanan	Persepsi Kualitas Pelayanan
	Variabel terikat	Kepuasan dalam Meningkatkan Loyalitas di Moderasi Harga	Kepuasan Konsumen	-	Peneliti terdahulu mencari tahu kepuasan dalam meningkatkan loyalitas dan moderasi harga sedangkan peneliti sekarang meneliti kepuasan konsumen
	Teknik pengambilan sampel	<i>Non Probability Sampling</i>	<i>Probability Sampling</i>	-	Peneliti terdahulu menggunakan <i>Non Probability Sampling</i> sedangkan peneliti sekarang menggunakan <i>Probability Sampling</i>
	Teknik analisis data	Analisis SEM ( <i>Structural Equation Model</i> )	<i>Korelasi Spearman Rank (Rho)</i>	-	Peneliti terdahulu menggunakan Analisis SEM ( <i>Structural Equation Model</i> ) sedangkan peneliti sekarang menggunakan <i>Korelasi Spearman Rank (Rho)</i>
	Lokasi penelitian	Lembaga Kursus Mandarin Jakarta Barat	JNE Cabang GKB Gresik	-	Peneliti terdahulu mengambil data di Lembaga Kursus Mandarin Jakarta Barat sedangkan peneliti sekarang mengambil data di JNE Cabang GKB Gresik.
2.	Judul	Yunita Kurnia Sari 2017, Pengaruh Kualitas Pelayanan, <i>Relationship Marketing</i> dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Loyalitas dan Kepuasan Nasabah Bank	Solichatul Fitriyah, 2018, Hubungan Persepsi Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen Pada JNE Cabang GKB Gresik	Sama-sama membahas kualitas pelayanan	Peneliti terdahulu mencari tahu Pengaruh Kualitas Pelayanan, <i>Relationship Marketing</i> dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Loyalitas dan Kepuasan Nasabah Bank sedangkan peneliti sekarang meneliti tentang hubungan persepsi kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.
	Variabel bebas	Kualitas Pelayanan, <i>Relationship Marketing</i> dan <i>Corporate Social Responsibility</i>	Persepsi Kualitas Pelayanan	-	Persepsi Kualitas Pelayanan
	Variabel terikat	Kepuasan Nasabah Bank	Kepuasan Konsumen	-	Peneliti terdahulu meneliti variabel terikat kepuasan nasabah bank sedangkan penelitian sekarang meneliti variabel kepuasan konsumen.
	Teknik pengambilan sampel	<i>Non Random Sampling</i>	<i>Probability Sampling</i>	-	Peneliti terdahulu menggunakan <i>Non Probability Sampling</i> sedangkan peneliti sekarang menggunakan <i>Probability Sampling</i>
	Teknik analisis data	Reresi Linier Berganda	<i>Korelasi Spearman Rank (Rho)</i>	-	Peneliti terdahulu menggunakan Analisis regresi berganda sedangkan peneliti sekarang menggunakan <i>Korelasi Spearman Rank (Rho)</i>
	Lokasi penelitian	Nasabah di BRI Cabang Tebing Tinggi.	JNE Cabang GKB Gresik	-	Peneliti terdahulu mengambil data di nasabah di BRI Cabang Tebing Tinggi. sedangkan peneliti sekarang mengambil data di JNE Cabang GKB Gresik.

3.	Judul	Gloria K.Q Agapyong, 2011, Pengaruh Kualitas Layanan pada Kepuasan Pelanggan di Industri Utilitas-Sebuah Kasus Vodafone (Ghana)	Solichatul Fitriyah, 2018, Hubungan Persepsi Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen Pada JNE Cabang GKB Gresik	Sama-sama membahas kualitas pelayanan	Pengaruh Kualitas Layanan pada Kepuasan Pelanggan sedangkan penelitian sekarang meneliti Hubungan Persepsi Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen
	Variabel bebas	Kualitas Layanan	Persepsi Kualitas Pelayanan	-	Persepsi Kualitas Pelayanan
	Variabel terikat	Kepuasan Pelanggan	Kepuasan Konsumen	-	Kepuasan Konsumen
	Teknik pengambilan sampel	<i>Non Random Sampling</i>	<i>Probability Sampling</i>	-	Peneliti terdahulu menggunakan <i>Non Probability Sampling</i> sedangkan peneliti sekarang menggunakan <i>Probability Sampling</i>
	Teknik analisis data	Reresi Linier Sederhana	<i>Korelasi Spearman Rank (Rho)</i>	-	Peneliti terdahulu menggunakan Analisis regresi Linier sederhana sedangkan peneliti sekarang menggunakan <i>Korelasi Spearman Rank (Rho)</i>
	Lokasi penelitian	Ghana, Afrika Barat	JNE Cabang GKB Gresik	-	Peneliti terdahulu mengambil data di nasabah di BRI Cabang Tebing Tinggi. sedangkan peneliti sekarang mengambil data di JNE Cabang GKB Gresik.
4.	Judul	Januar Efendi Panjaitan 2016, Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE Bandung	Solichatul Fitriyah, 2018, Hubungan Persepsi Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen Pada JNE Cabang GKB Gresik	Sama-sama membahas kualitas pelayanan	Peneliti terdahulu mencari tahu hubungan mutu pelayanan terhadap kepuasan pasien sedangkan peneliti sekarang meneliti pengaruh mutu pelayanan kesehatan terhadap tingkat kepuasan pasien
	Variabel bebas	Kualitas Pelayanan	Persepsi Kualitas Pelayanan	-	Persepsi Kualitas Pelayanan
	Variabel terikat	Kepuasan Pelanggan	Kepuasan Konsumen	Kepuasan konsumen	-
	Teknik pengambilan sampel	<i>Non Random Sampling</i>	<i>Probability Sampling</i>	-	Peneliti terdahulu menggunakan <i>Non Probability Sampling</i> sedangkan peneliti sekarang menggunakan <i>Probability Sampling</i>
	Teknik analisis data	Reresi Linier Berganda	<i>Korelasi Spearman Rank (Rho)</i>	-	Peneliti terdahulu menggunakan Analisis regresi sederhana sedangkan peneliti sekarang menggunakan <i>Korelasi Spearman Rank (Rho)</i>
	Lokasi penelitian	JNE Bandung	JNE Cabang GKB Gresik	-	Peneliti terdahulu mengambil data di nasabah di BRI Cabang Tebing Tinggi. sedangkan peneliti sekarang mengambil data di JNE Cabang GKB Gresik

Melihat uraian masalah dan fenomena yang terjadi di sekitar terkait dengan kepuasan konsumen, maka peneliti tertarik untuk meneliti hubungan persepsi kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada JNE Cabang GKB Gresik.

### **1.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang dan identifikasi masalah di atas, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut: “Apakah ada hubungan persepsi kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada JNE cabang GKB Gresik?”.

### **1.4 Pembatasan Masalah**

Dalam sebuah penelitian batasan masalah sangat diperlukan agar penelitian dapat terarah, sehingga mencapai hasil penelitian yang baik dan sesuai harapan. Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **A. Kepuasan Konsumen**

Lovelock dan Wright (2007:102) menyatakan bahwa kepuasan adalah keadaan emosional, reaksi pasca pembelian mereka, dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, netralitas, kegembiraan dan kesenangan. Kepuasan dipengaruhi oleh perbandingan layanan yang dipahami dengan pelayanan yang diharapkan, dan sebagai reaksi emosional jangka pendek pelanggan terhadap kinerja pelayanan tertentu.

#### **B. Persepsi Kualitas Pelayanan**

Robbins (2015:103) persepsi adalah sebuah proses individu mengorganisasikan dan menginterpretasikan kesan sensoris untuk memberikan pengertian pada lingkungannya. Suatu proses persepsi akan diawali oleh suatu stimuli yang mengenai indera kita. Stimuli yang menimbulkan persepsi bisa bermacam-macam bentuknya, asal merupakan sesuatu yang langsung mengenai indera kita, seperti segala sesuatu yang

bisa dicium, sesuatu yang bisa dilihat, sesuatu yang bisa didengar, segala sesuatu yang bisa diraba. Stimuli ini akan mengenai organ yang disebut *sensory receptor* (organ manusia yang menerima input stimuli atau indera) (Suryani, (2008:98).

Kotler dan Keller (2009:138) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk dan *service* yang dihasilkan perusahaan. Menurut Tjiptono (2007:89) kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Zeithaml, Berry dan Parasuraman (1985 dalam Suryani, 2013:91) ada lima dimensi kualitas jasa yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati.

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan persepsi kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada JNE Cabang GKB Gresik.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini mempunyai beberapa manfaat, antara lain:

#### **1. Manfaat dari segi teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai pelayanan jasa pengiriman yang ada di JNE. Selain itu, sebagai bahan masukan dan sumbangan pemikiran yang dapat menambah wawasan dan pengetahuan dalam psikologi Industri dan Organisasi.

## 2. Manfaat dari segi praktis

### 1. Bagi Perusahaan JNE Cabang GKB Gresik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan informasi yang berguna bagi kegiatan pemasaran yang dilakukan terhadap jasa yang dihasilkan dan dijadikan sebagai bahan masukan perusahaan yang berkaitan dengan pengembangan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen dan dapat dijadikan referensi, masukan dan saran bagi pimpinan perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang ada di perusahaan.

### 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan bahan referensi yang berkaitan dengan pengembangan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.