BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kebutuhan jasa pengiriman saat ini telah menjadi kebutuhan utama bagi setiap insan usaha. Hampir semua konsumen membutuhkan pengiriman barang yang cepat dan aman untuk memastikan barang yang dikirimkan sampai pada waktu yang diinginkan. Sehingga jasa pengiriman yang menyangkut barang atau paket tetap akan dicari dan diperlukan konsumen. (Ghojali, 2019).

Salah satu perusahaan yang fokus dalam industri pengiriman barang adalah PT JnT. PT JnT merupakan sebuah perusahaan bertempat di Jakarta Pusat yang memiliki ekosistem terbesar. layanan pengirimannya meliputi, pengiriman express, serta distribusi ke seluruh wilayah Indonesia. Dengan jaringan yang sangat luas dan terbagi diberbagai daerah di Indonesia telah banyak membantu pendistribusian, produk yang meningkatkan daya beli para pelanggan. Pada dasarnya setiap perusahaan meningkatkan pelayanan terhadap pelanggannya. Peningkatan pelayanan dibarengi dengan peningkatan fasilitas fisik/non fisik guna menciptakan optimalisasi layanan yang lebih baik dari pesaing.

Tidak bisa dipungkiri setiap perusahaan jasa pengiriman barang, bersaing dalam memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen, untuk mengajak para konsumen menggunakan jasa pengiriman tersebut. Sebagai pendatang baru JnT express mampu menciptakan pelayanan yang terbaik dan ternyaman bagi semua konsumen yang ada di Indonesia. JnT express memiliki lebih banyak dari 2. 000 kantor cabang dan 55 pusat sortir yang ada di puluhan daerah dari sabang sampai marauke. Lebih dari 700 armada lebih dari 15. 000 sumber daya manusia yang tersebar di berbagai wilayah yang ada di Indonesia. (Santoso, 2020).

Layanan yang dipersembahkan oleh pihak JnT *express* ini meliputi pengiriman, dalam kota, antar kota, antar provinsi, selain itu JnT *express* bekerja sama dengan pemain *e-commerce* yang ada di Indonesia ini seperti, tokopedia, shopee dan sampai bukalapak. Dari sisi pengiriman paket untuk menunjang kerjasama tersebut. Didukung dengan *sistem IT* yang canggih, sehingga membuat JnT *express* menjadi salah satu perusahaan *express* pertama kali yang memberikan fasilitas lacak paket secara tepat. Disamping itu cara JnT *express* mendapatkan kepercayaan dari para konsumen, dan pelanggan dengan memberikan resi tersebut yaitu untuk mendapatkan dan melacak paket yang konsumen sudah dikirim atau belum. Serta untuk mengetahui sejauh mana keberadaan paket yang di kirim dari perusahaan JnT *express*.

Di Malang sendiri JnT *express* memiliki 15 kantor cabang, salah satunya adalah JnT *express* jalan terusan dieng yang bergerak dibidang jasa pengiriman barang baik berupa dokumen maupun dalam bentuk paket lainnya. Secara sistematis disikapi cabang JnT menggunakan pada pencapaian pelayanan kepada konsumen ini merupakan, Keunggulan strategi pemasaran yang memanfaatkan media sosial dan teknologi yang sedang marak. Dengan membuat aplikasi melalui berbasis *android dan ios atau hotline*. JnT memberikan kemudahan kepada para konsumen. sehingga konsumen tidak perlu mendatangi kantor JnT *express* secara langsung. Keunggulan lainnya dapat dilihat dari segi lokasi fasilitas fisiknya sangat jelas dan mudah dijangkau oleh para pelanggan. Selain itu fasilitas parkirannya sangat mendukung bagi para pelanggan yang akan ke kantor JnT *express* tersebut. tarif harga yang disediakan oleh JnT tersebut juga sangat terbilang relatif sangat terjangkau, harga dan manfaatnya juga sangat tersedia di berbagai aspek penawaran permintaan harga yang telah ditentukan pada pihak

perusahaan. www.jet.co.id, jaringan pengiriman barang melalui JnT *express* menjangkau seluruh Indonesia lebih dari 2.000 drop point di 381 kota yang ada di Indonesia. Layanan customer yang diberikan 24 jam, proses ganti rugi barang yang sangat tepat pada waktunya. (Heryanti,2017) menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan harga dan lokasi sangat terpenuhi harapan pelanggan selalu menggunakan kualitas layanan yang terbaik. keputusan pelanggan pada perusahaan JnT *express* ini, Menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan, yang akan merasakan puas apabila menggunakan layanan jasa pengiriman tersebut.

Seperti hasil penelitian terdahulu menurut (Irawan,2019) pesaing yang ketat antara para perusahaan terbaik kepada pelinggannya, masing-masing perusahaan mempunyai program yang terus-menerus diperbarui. Program tersebut dapat berbentuk layanan baru yang semakin di mudahkan oleh para pelanggan semua itu dimaksudkan untuk sebanyak mungkin buat menarik para pelanggan tersebut. Jasa JnT *Express* pengiriman barang untuk mencari cara mendatangkan keuntungan dengan cara pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan para pelanggan sekitarnya ini.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Lokasi, Harga, Dan Kualitas pelayanan Terhadap Keputusan Pelanggan JnT *Express* Jalan Terusan Dieng Di Kota Malang. (Studi pada mahasiswa Manajemen Angkatan 2020).**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas,maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan pelanggan?
2. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pelanggan?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pelanggan?
4. Apakah terdapat pengaruh lokasi, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pelanggan?
5. Manakah diantara lokasi, harga dan kualitas pelayanan yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pelanggan JnT express?

C. Tujuan penelitian

1. Untuk Mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pelanggan.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pelanggan.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pelanggan.
4. Untuk mengetahui pengaruh lokasi, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pelanggan.
5. Untuk mengetahui diantara lokasi, harga, dan kualitas pelayanan yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pelanggan Jnt express.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian diharapkan sangat bermanfaat sebagai bahan masukan dan petunjuk bagi pihak-pihak yang berkempeningan terhadap *customer* keputusan pelanggan mendapatkan pengguna jasa yang sangat bagus dan nyaman.

2. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini sangat diharapkan bermanfaat secara praktis untuk memberikan masukan bagi pihak-pihak yang terkait sebagai program tindak lanjut untuk mengetahui apakah faktor-faktor yang disebutkan diatas berpengaruh terhadap keputusan dalam menggunakan JnT *express*.