

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sejarah perdagangan secara jarak-jauh telah dimulai pada sekitar 150.000 tahun yang lalu. Jalur perdagangan yang paling terkenal pada masa itu disebut dengan Jalur Sutra yaitu, jalur yang digunakan oleh bangsa Sogdians untuk melakukan perdagangan dari Timur ke Barat pada akhir abad keempat hingga abad ke delapan (www.kompasiana.com, diunduh pada 24 Februari 2021).

Pada masa kuno, wilayah perdagangan masih sangat terbatas. Kendala utama yang menyebabkan wilayah perdagangan masih terbatas adalah karena transportasi pada masa itu yang masih sangat terbatas. Baik itu transportasi darat ataupun transportasi jalur laut dan belum ada transportasi udara. Karena, faktor yang mendorong meluasnya perdagangan secara jarak-jauh ini adalah perkembangan teknologi dan transportasi itu sendiri. Dengan semakin bertumbuhnya tingkat *Demand* atau permintaan yang semakin kompleks atas suatu barang yang dipengaruhi oleh ketepatan waktu penerimaan barang, kualitas, kuantitas dan jarak (www.kompasiana.com, diunduh pada 24 Februari 2021).

Hal tersebut kemudian membuka peluang yang lebih besar bagi para perusahaan yang bergerak di sektor jasa pengiriman logistik. Peluang dari bisnis ini cukup besar, mengingat kebutuhan bisnis akan sarana transportasi pengiriman barang yang semakin besar. Mulai dari rute pendek, yang mengirimkan barang antar kota terdekat, hingga antar pulau, antar negara dan bahkan antar benua. Logistik lebih dari sekedar pengiriman barang kepada konsumen. Istilah logistik mencakup aspek yang jauh lebih luas seperti pergudangan, manajemen inventori, penagihan, pengemasan, label, pengiriman, *cash on delivery*, pembayaran, dan masih banyak lagi. Tantangan dalam sisi logistik bervariasi mulai dari bagaimana memastikan produk sesuai dengan keinginan konsumen dengan tepat waktu, mencegah terjadinya kemungkinan cacat produk saat pengiriman, hingga penyediaan *reverse logistic*. *Reverse logistic* dibutuhkan ketika konsumen meminta pengembalian produk karena rusak ataupun apabila mereka ingin melakukan penukaran tipe, ukuran, warna produk, dan hal-hal lain (www.kompasiana.com, diunduh pada 10 Maret 2021).



Gambar 1.1 Logo J&T Express

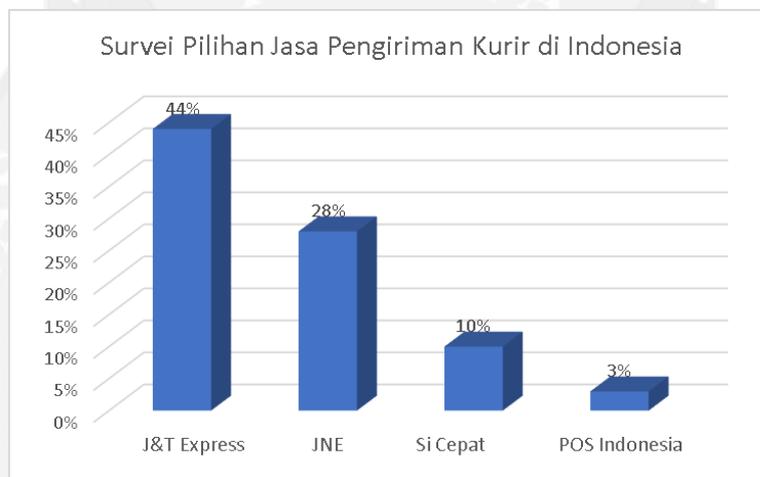
Sumber: google.com (diunduh pada 12 Maret 2021)

Ditengah persaingan yang ketat di sektor logistik, J&T Express hadir dengan segala pelayanan yang mereka tawarkan. Walaupun tergolong

perusahaan baru yang hadir di Indonesia, J&T Express dapat berkembang pesat dan menjadi salah satu jasa pengiriman barang terbaik di Indonesia. Nama J&T Express sendiri diambil dari nama pendiri perusahaan ini yaitu Jet Lee dan Tony hingga kemudia perusahaan ini resmi berdiri pada 20 Agustus 2015. Kedua pendiri perusahaan ini merupakan mantan CEO dari perusahaan ponsel Oppo. Perusahaan ini berdiri dilatarbelakangi oleh industri logistik Indonesia yang dirasa masih belum cukup baik, dimana banyak pengiriman barang yang seringkali mengalami kesalahan seperti keterlambatan dan ketidaksesuaian. Jalur distribusi yang baik dan efektif membuat J&T Express mampu untuk menjangkau seluruh wilayah di Indonesia dalam waktu satu tahun, kemudian memperluas jangkauan mereka ke Malaysia dan Vietnam pada tahun 2017, Filipina dan Thailand pada tahun 2018, Singapura dan Kamboja pada tahun 2019, dan Tiongkok pada tahun 2020. J&T Express telah mengalami peningkatan pesat dalam bisnisnya di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir dan telah menjadi perusahaan penyedia jasa pengiriman paket terbesar keempat di Indonesia (www.wikipedia.com, diunduh pada 12 Maret 2021).

J&T Express memang merupakan perusahaan jasa pengiriman saja, tetapi J&T Express memiliki perbedaan dengan perusahaan penyedia layanan jasa pengiriman barang yang lain. Sebagai perusahaan Logistik yang berada di Era Industri 4.0, yang ditandai dengan masuknya tren otomatisasi yang dikombinasikan dengan transfer data, yang mencakup teknologi *Cyber, Internet of Things, Cloud, dan Cognitive Computing*. Dengan mengusung slogan

“Express Your Online Business” J&T Express memiliki tujuan untuk menghilangkan rasa khawatir pengguna layanan jasa pengiriman barang, dengan menghilangkan rasa khawatir dari pengguna layanan, dengan demikian diharapkan dapat membuat pelanggan merasa terdorong untuk menggunakan jasa pengiriman J&T Express (www.kompasiana.com, diunduh pada 12 Maret 2021).



Gambar 1.2 Survei Pilihan Jasa Kurir di Indonesia
Sumber: liputan6.com (diunduh pada 11 April 2021)

Berdasarkan data survei yang dilakukan oleh Populix, yang merupakan platform market research yang biasa dijadikan sebagai rujukan pelaku usaha dalam mencari tahu kebutuhan pasar dengan jutaan responden di berbagai wilayah di Indonesia, pada tahun 2021. Menyatakan bahwa, J&T Express menjadi pilihan teratas sebagai penyedia jasa pengiriman kurir di Indonesia dengan perolehan suara sebanyak 44 persen dari total jumlah 5920 responden yang telah dipilih. Sementara JNE meraih 28 persen, Si Cepat 10 persen dan Pos Indonesia meraih 3 persen dari total perolehan suara responden. Banyak faktor yang menjadi pertimbangan utama konsumen dalam memilih jasa kurir

pengiriman barang. Diantaranya adalah waktu pengiriman yang cepat dan biaya pengiriman yang terjangkau menjadi alasan utama konsumen dalam memilih kurir (www.liputan6.com, diunduh pada 11 April 2021). Dari hasil survei ini, dapat dipahami bahwa dalam jangka waktu yang tergolong singkat sejak J&T Express didirikan pada tahun 2015 lalu, J&T Express mampu untuk menjadi penguasa dalam Industri logistik di Indonesia. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor apa saja yang memiliki pengaruh terhadap keberhasilan J&T Express untuk menjadi penguasa pasar industri logistik di Indonesia sekaligus mencari faktor perlu dikembangkan oleh J&T Express.

Berdasarkan survei diatas, menunjukkan bahwa J&T Express memiliki pelanggan yang loyal. Menurut Gremler dan Brown (2008) *Customer Loyalty* atau Loyalitas pelanggan adalah pelanggan yang tidak hanya membeli ulang suatu barang dan jasa, tetapi juga mempunyai komitmen dan sikap yang positif terhadap perusahaan jasa, misalnya dengan merekomendasikan orang lain untuk membeli.



Gambar 1.3 Customer Loyalty Program J&T Express
Sumber: liputan6.com (diunduh pada 12 April 2021)

Dalam rangka merayakan hari jadi yang kelima tahun, J&T Express

mengadakan sebuah program untuk mengapresiasi seluruh pelanggan setianya yang berada di seluruh Indonesia. *Brand Manager* J&T Express Indonesia, Herline Septia merasa bahwa J&T Express dapat terus berkembang oleh karena dukungan dan kepercayaan yang diberikan oleh pelanggan setia J&T Express, sehingga dalam momentum spesial ini J&T Express mengadakan serangkaian kegiatan ini sebagai bentuk apresiasi kepada pelanggan J&T Express di seluruh Nusantara.

J&T Express memberikan hadiah undian total Rp4 miliar. Hadiah itu berupa Grand Prize 2 unit rumah, 1 unit Toyota Fortuner, 1 unit Toyota Innova, 1 unit Mitsubishi Xpander, 5 unit Yamaha NMAX, 10 unit Yamaha Fino Grande, 10 unit Logam mulia 25 gram, serta ratusan smartphone kepada pengguna setia layanan J&T Express periode 15 Juli-25 Agustus 2020. Undian untuk pemenang hadiah dilakukan dengan cara melakukan undian nomor resi dan nomor telephone dari *Customer* J&T Express. Semakin banyak transaksi pengiriman, akan semakin besar peluang untuk dapat memenangkan berbagai hadiah menarik (www.liputan6.com, diunduh pada 12 April 2021).

Berdasarkan program yang diselenggarakan oleh J&T Express, mereka sadar bahwa J&T Express memiliki pelanggan setia yang tersebar di seluruh Nusantara. J&T Express ingin untuk terus mempertahankan Loyalitas Pelanggan atau *Customer Loyalty* kepada pelanggan setia mereka dengan memberikan apresiasi, atas kontribusi mereka dalam kesuksesan yang telah dicapai oleh J&T Express.

Kesetiaan pelanggan sendiri merupakan perasaan emosional dari pelanggan, yang berdasarkan pada tingkat kepuasan atau *Satisfaction* yang pelanggan rasakan. Kim et al. (2007) menyatakan bahwa *Customer Satisfaction* adalah kondisi sejauh mana pengguna merasa bahwa kualitas atau kinerja suatu produk atau layanan telah memenuhi atau melampaui harapan mereka.

J&T Express dengan cepat berhasil untuk merebut hati para pengguna jasa layanan pengiriman barang lewat berbagai pelayanan dan penawaran dengan inovasi baru di sektor pengiriman logistik yang mereka tawarkan. (www.kompasiana.com, diunduh pada 12 Maret 2021) Terbukti, dengan diraihnya penghargaan sebagai Top Brand Award pada tahun 2020 dalam nominasi *Best Courier Service* di Indonesia oleh J&T Express.



Gambar 1.4 Express Raih Penghargaan Top Brand Award 2020

Sumber: topbrand-award.com (diunduh pada 12 Maret 2021)

Sebelumnya pada tahun 2018 dan tahun 2019, J&T Express secara berturut-turut berhasil mendapatkan penghargaan pada ajang serupa yang diselenggarakan oleh Frontier Group dan Majalah Marketing. Penghargaan tersebut diterima secara simbolis oleh Iwan Senjaya selaku *Key Account*

Manager J&T Express. Tidak sekedar bertahan, metode *survei Top Brand Index* (TBI) pun menunjukkan J&T Express memperoleh hasil yang terus meningkat setiap tahunnya yaitu 21,3%. Survei kategori Jasa kurir dilakukan dengan melibatkan 12 ribu responden dari beberapa kota besar di Indonesia di antaranya adalah Kota Jakarta, Bandung, Semarang, Yogyakarta, Surabaya, Malang, Medan, Palembang, Pekanbaru, Samarinda, Balikpapan, Banjarmasin, Makassar, Manado dan Denpasar (topbrand-award.com diunduh pada 12 Maret 2021). Penghargaan ini menjadi cerminan dari bagaimana kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan terhadap layanan J&T Express sehingga, J&T Express memiliki *Customer Satisfaction* yang baik.

Untuk dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan, diperlukan pengukuran secara khusus mengenai kualitas sebuah layanan juga diaplikasikan pada jasa pengiriman kurir atau jasa pengiriman logistik dengan konsep *Logistics Service Quality*. Bienstock, et al. (1997) mengklaim konsep *SERVQUAL* hanya berlaku dalam konteks tindakan yang tidak berwujud (layanan) antara penyedia layanan dengan pelanggan yang diasumsikan memiliki hubungan. Lambert, Stock, dan Sterling (1990) telah mengubah model asli dari *Service Quality* dengan mengembangkan atribut logistik yang sesuai dengan dimensi yang ditentukan pelanggan sebelumnya dan mengidentifikasi celah tambahan yang dapat diterapkan pada konteks layanan logistik. Rafiq dan Jaafar (2007) juga menggunakan sembilan dimensi dari Mentzer et al. (1999) dan mengklasifikasikan kembali *Order Quality*, *Order*

Condition, Order Accuracy, Order Release Quantities dan Timeliness sebagai *Technical Service Quality*, sedangkan *Personnel Contact Quality, Information Quality, Ordering Procedure, dan Order Discrepancy Handling* sebagai *Functional Service Quality*.

Order Release Quantity terkait dengan konsep ketersediaan produk. Pentingnya ketersediaan produk telah lama disadari sebagai komponen kunci keunggulan logistik (Perreault dan Russ 1974). Sedangkan *Order Accuracy* mengacu pada seberapa sesuai pengiriman dengan pesanan pelanggan pada saat kedatangan (Bienstock, Mentzer, dan Bird 1997).



Gambar 1.5 Mesin Sortir Milik J&T Express
Sumber: google.com (diunduh pada 15 Maret 2021)

Selain dengan sistem alur pengiriman yang baik, J&T Express juga ditunjang dengan teknologi yang canggih dan modern. J&T Express memiliki mesin sortir otomatis yang telah digunakan sejak tahun 2018 lalu. Mesin ini diklaim mampu untuk melakukan sortir hingga ke 108 destinasi dalam satu putaran dengan kapasitas sortir yaitu 30.000 paket per jam serta adanya pembangunan megahub yang akan semakin menunjang *traffic* paket yang terus bertambah secara signifikan. Selain itu, mesin sortir ini disebut juga mampu

untuk mengurangi terjadinya *Human Error* sehingga paket yang dikirim akan lebih akurat dan semakin cepat sampai ke tujuan. Dengan adanya teknologi ini, semakin mempercepat proses pengiriman barang oleh J&T Express serta efisien dalam mengurangi kesalahan dalam melakukan sortir pada barang (www.infobrand.id, diunduh pada 15 Maret 2021). Dengan adanya teknologi modern berupa mesin sortir ini, memungkinkan J&T Express untuk dapat memproses paket sebesar, sekecil dan sebanyak apapun dengan lebih cepat sehingga J&T Express memiliki *Order Release Quantity* dan mesin sortir ini juga mampu untuk melakukan sortir pada alamat tujuan dengan tepat dan cepat sehingga J&T Express memiliki *Order Accuracy* yang memadai.

Menurut Bienstock, et al. (1997) *Order Condition* mengacu pada kurangnya kerusakan pada pesanan.



Gambar 1.6 Langkah Klaim Paket J&T Express
Sumber: cekjt.com (diunduh pada 15 Maret 2021)

Tidak hanya menawarkan jasa pengiriman paket yang praktis dan mampu untuk mengirimkan paket untuk tiba tepat waktu. Melalui metode pengiriman yang praktis dan kualitas pengiriman yang baik tetapi, tidak menutup kemungkinan untuk terjadinya suatu kecelakaan yang mempengaruhi

kondisi barang. Apabila customer ingin mengajukan klaim asuransi terkait pengiriman paket J&T Express yang mengalami kerusakan atau paket hilang ketika perjalanan dari kota atau daerah asal ke kota tujuan bisa mengajukan klaim sesuai dengan prosedur (www.cekjt.com, diunduh pada 15 Maret 2021). Pengajuan klaim asuransi J&T bisa langsung dilaporkan langsung kepada kurir J&T ketika paket diterima atau melalui jaringan kantor cabang terdekat, bisa juga dengan menghubungi layanan J&T Express di *Hotline* 021-8066-1888 yang memiliki *Support* 24 jam dengan menyertakan bukti transaksi pengiriman paket berupa nomor resi dan data diri penerima sesuai dengan detail paket. Kemudian formulir klaim asuransi bisa didapatkan di *Drop Point* J&T terdekat. Proses pengajuan klaim membutuhkan waktu beberapa hari kerja selanjutnya *Customer* akan dihubungi secara langsung oleh layanan *Customer Service* terkait *Progress* klaim asuransi (www.cekjt.com, diunduh pada 15 Maret 2021). Lewat pemberian opsi asuransi ini J&T Express berusaha untuk menjaga kondisi barang yang akan dikirimkan dari hal-hal yang tidak diinginkan. Dengan ini, J&T Express mengusahakan *Order Condition* yang baik untuk para pengguna layanan mereka.

Order Quality menurut Novack, et al. (1994) mengacu pada seberapa baik produk bekerja. Ini termasuk seberapa baik mereka menyesuaikan dengan spesifikasi produk dan kebutuhan pelanggan.



Gambar 1.7 Layanan Tanpa Hari Libur J&T Express
Sumber: www.google.com (diunduh pada 16 Maret 2021)

Selain mengandalkan teknologi dan lewat sistem alur pengiriman yang baik dalam meningkatkan pelayanan mereka, J&T Express juga berusaha untuk memahami pengguna layanan jasa pengiriman barang dengan beroperasi secara maksimal. Dengan layanan 365 hari kerja dalam satu tahun, atau bisa dibilang J&T Express tidak mengenal hari libur di perusahaan mereka. Demi memaksimalkan kepuasan pelanggan dan ketepatan waktu, J&T Express terus beroperasi tanpa mengenal hari libur. Bahkan pada saat hari raya J&T Express tidak libur. Berbeda dengan jasa pengiriman lainnya yang memberlakukan hari libur dimana barang akan disimpan terlebih dahulu di Gudang. Hal ini juga yang membuat J&T Express memiliki layanan pengiriman yang jauh lebih cepat dibanding dengan pesaingnya. (www.khabar.my.id, diunduh pada 16 Maret 2021). Pemberian layanan selama 365 hari tanpa libur, menunjukkan bahwa J&T Express berkomitmen untuk memberikan kualitas pelayanan yang terbaik dalam bidang logistik atau *Order Quality*.

Timeliness mengacu pada apakah pesanan tiba di lokasi pelanggan sesuai dengan waktu yang telah dijanjikan. Secara lebih luas, *Timeliness* juga

mengacu pada lamanya waktu antara penempatan pesanan dan penerimaan (Hult, et al. 2000).



Gambar 1.8 Drop Point J&T Express

Sumber: www.google.com (diunduh pada 14 Maret 2021)

Salah satu keunggulan yang dimiliki oleh J&T Express dibandingkan dengan pesaing lainnya adalah kecepatan yang mereka miliki melalui “*Drop Point System*”, *Drop Point* sendiri adalah penghubung antara pihak kurir (*sprinter*) dengan pelanggan. Jika agen ekspedisi lain hanya dikelola secara perseorangan, maka di J&T Express ini terdapat istilah yang disebut *Drop Point* yang dikelola dengan sistem sentralisasi. cara kerja dari sistem ini adalah saat paket yang akan dikirim telah diterima, paket akan dibawa menuju ke gudang penyimpanan untuk dipilah sesuai dengan alamat tujuan, setelah paket dipilah tahap selanjutnya adalah paket akan di distribusikan ke *Drop Point* J&T Express yang paling dekat dengan alamat tujuan paket tersebut, setelah paket sampai di *Drop Point* kurir akan langsung mengantarkan paket sesuai dengan alamat tujuan paket tersebut. Alur kerja dari sistem ini memang cukup sederhana dan tidak rumit, sehingga membuat proses pengiriman menjadi lebih

cepat dan lebih akurat. (www.kompasiana.com,diunduh pada 14 Maret 2021). Penerapan *Drop Point System* ini, digunakan dengan harapan agar J&T Express mampu untuk memenuhi ketepatan waktu atau *Timeliness*, dengan *Drop Point* yang semakin tersebar di seluruh Indonesia maka layanan J&T Express akan semakin tepat waktu secara merata di seluruh Indonesia.

Menurut Gronroos (1982) *Technical Service Quality* mengacu pada hasil layanan yang diberikan sedangkan *Functional Service Quality* mengacu pada proses dari pemberian layanan. Rafiq dan Jaafar (2007) juga menggunakan sembilan dimensi dari Mentzer et al. (1999) dan mengklasifikasikan kembali *Personnel Contact Quality*, *Information Quality*, *Ordering Procedure*, dan *Order Discrepancy Handling* sebagai *Functional Service Quality*.

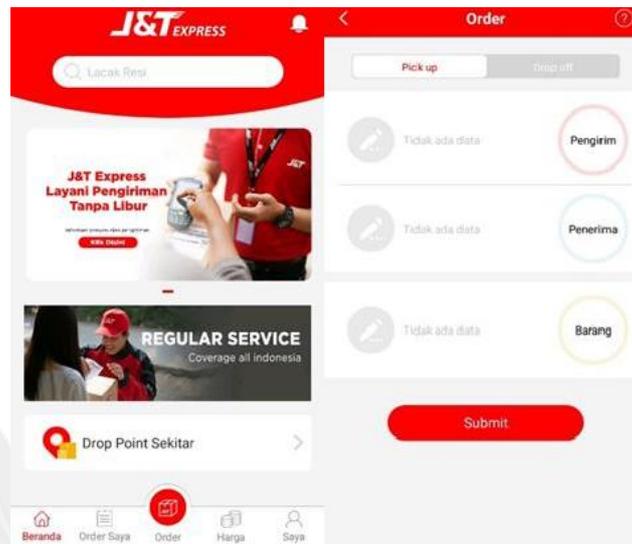
Personnel Contact Quality mengacu pada orientasi pelanggan dari kontak logistik pemasok. Secara khusus, pelanggan peduli tentang apakah personel layanan pelanggan berpengetahuan luas, berempati dengan situasi mereka, dan membantu mereka menyelesaikan masalah mereka (Grönroos 1982).



Gambar 1.9 Customer Service 24 Jam dari J&T Express
Sumber: www.khabar.my.id (diunduh pada 16 Maret 2021)

Setiap perusahaan jasa logistik terus berusaha memberikan pelayanan terbaiknya agar pengguna jasa pengiriman dapat merasa nyaman, percaya dan setia terhadap layanan yang ditawarkan. Salah satunya adalah dengan pelayanan *Handle Complain* melalui *call center*. J&T Express menghadirkan layanan *Call Center* yang dapat dihubungi selama 24 jam. Baik melalui *Hotline* 021 8066 1888 atau juga melalui akun sosial media resmi maupun aplikasi resmi dari J&T Express (www.vncallcenter.com, diunduh pada 16 Maret 2021). Layanan keluhan pelanggan 24 jam ini adalah sebagai wujud keseriusan dari J&T Express dalam memberikan pelayanan terbaiknya untuk para pelanggan dan berusaha untuk memberikan kepedulian kepada pelanggan yang merupakan wujud dari *Personel Contact Quality* serta keseriusan J&T Express dalam menangani ketidaksesuaian pesanan atau *Order Discrepancy Handling*.

Ordering Procedure Menurut Mentzer, et al (1989) mengacu pada efisiensi dan efektivitas prosedur yang harus diikuti oleh pengirim barang.

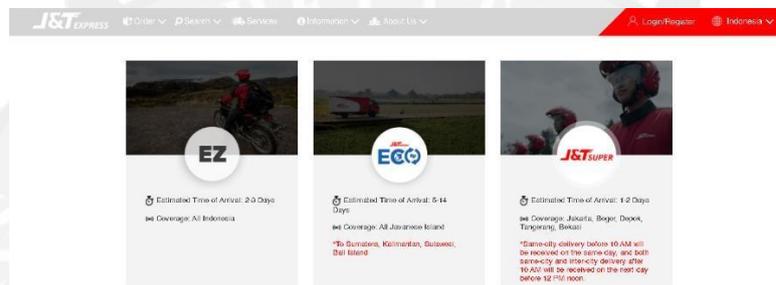


Gambar 1.10 Tampilan Layanan Pick Up Order pada Aplikasi J&T Express

Sumber: J&T Express Apps (diunduh pada 17 Maret 2021).

J&T Express memberikan layanan penjemputan barang atau *Pick Up* paket melalui aplikasi resmi J&T Express yang telah tersedia di *playstore*. Halaman utama akan menampilkan beberapa fitur mulai dari *Drop Point* terdekat, pengecekan harga dan fitur order yang dapat menggunakan layanan *Pick Up*. Pengirim hanya perlu untuk mengunduh aplikasi ini, kemudian memilih order dan *Pick Up* maka akan muncul tampilan seperti pada Gambar 1.10 sebelah kanan, yaitu formulir pengiriman yang harus diisi berupa data pengirim, penerima dan deskripsi barang. kemudian tekan tombol "*Submit*", maka kurir (*sprinter*) dari J&T Express akan melakukan *Pick Up* barang sesuai dengan alamat pengirim dan diteruskan kepada penerima. Prosedur layanan ini sangat mudah, efisien dan tidak banyak memakan waktu, dan menunjukkan bahwa J&T Express berusaha memberikan *Ordering Procedure* yang mudah dan praktis.

Information Quality mengacu pada persepsi pelanggan terhadap informasi yang diberikan oleh pemasok mengenai produk yang dapat dipilih oleh pelanggan (Novack, et al. 1994). Jika informasi tersedia dan berkualitas memadai, pelanggan harus dapat menggunakan informasi tersebut untuk dapat membuat keputusan.



Gambar 1.11 Informasi Jenis Layanan pada situs resmi J&T Express

Sumber: www.jet.co.id (diunduh pada 11 April 2021)

Pada situs resmi dari J&T Express terdapat informasi lengkap mengenai J&T Express, termasuk juga informasi lengkap tentang jenis layanan yang ditawarkan oleh J&T Express. Informasi jenis layanan tersebut juga dilengkapi dengan keterangan lengkap mengenai estimasi durasi pengiriman, jangkauan pengiriman serta ketentuan dan keterangan lain. CEO dari J&T Express, Robin Lo menjelaskan bahwa dengan berbagai layanan ekstra pada layanan ini, akan melengkapi diferensiasi layanan regular yang telah ada di J&T Express. Menurut beliau, saat ini permintaan pengiriman yang ditunjang dengan kecepatan menjadi semakin dicari oleh masyarakat terlebih di wilayah yang padat penduduk (www.ekonomi.bisnis.com, diunduh pada 11 April 2021). Dalam hal ini, J&T Express berusaha untuk memberikan informasi lengkap

tentang layanan yang mereka sediakan atau *Information Quality* melalui sosial media yang mereka gunakan salah satunya adalah melalui website resmi J&T Express.

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan, maka penelitian ini mengambil judul **ANALISIS PENGARUH *LOGISTICS SERVICE TECHNICAL QUALITY* DAN *LOGISTICS SERVICE FUNCTIONAL QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* YANG MEMBENTUK *CUSTOMER LOYALTY* PADA PELANGGAN J&T EXPRESS DI KOTA SURABAYA.**

1.2 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah disampaikan di atas, maka dapat diambil batasan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Obyek penelitian dibatasi hanya pada pelanggan layanan J&T Express yang berlokasi di Kota Surabaya
2. Penelitian ini membahas mengenai pengaruh *Logistics Service Technical Quality* dan *Logistics Service Functional Quality* terhadap *Customer Satisfaction* dalam membentuk *Customer Loyalty* pada pelanggan dan pengguna layanan J&T Express di Kota Surabaya

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan batasan yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Technical Service Quality* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Satisfaction* pada pengguna layanan J&T Express di Kota Surabaya?
2. Apakah *Functional Service Quality* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Satisfaction* pada pengguna layanan J&T Express di Kota Surabaya?
3. Apakah *Customer Satisfaction* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Loyalty* pada pengguna layanan J&T Express di Kota Surabaya?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Technical Service Quality* terhadap *Satisfaction* pada pengguna layanan J&T Express di Kota Surabaya
2. Untuk mengetahui pengaruh *Functional Service Quality* terhadap *Satisfaction* pada pengguna layanan J&T Express di Kota Surabaya
3. Untuk mengetahui pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* pada pengguna layanan J&T Express di Kota Surabaya

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dikemukakan, maka manfaat penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

1.5.1 Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini dilakukan untuk dapat memberikan informasi dan pengetahuan serta memperluas wawasan terutama dalam bidang Ilmu Manajemen mengenai pengaruh Technical Service Quality, Functional Service Quality, terhadap Satisfaction dan pengaruh mediasi dari Procedural Switching Costs dalam membentuk Loyalty pada pengguna jasa pengiriman J&T Express di Kota Surabaya.
2. Penelitian ini dapat menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya yang akan membahas tema yang serupa maupun menggunakan hubungan antar variabel yang memiliki kesamaan.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Untuk peneliti, penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan, dan wawasan serta mengasah kemampuan dalam melakukan analisa permasalahan dan kasus di lapangan sehinggalantinya semua hal ini dapat bermanfaat dan dapat berguna dalam dunia kerja.
2. Bagi J&T Express, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan

masukan dan informasi tentang pengaruh Technical Service Quality, Functional Service Quality, terhadap Satisfaction dan pengaruh mediasi dari Procedural Switching Costs yang membentuk Loyalty pada pengguna layanan J&T Express di Surabaya. Sehingga J&T Express dapat melakukan evaluasi untuk dapat meningkatkan loyalitas pada pengguna layanan J&TExpress itu sendiri.

1.6 Sistematika Penulisan

Pembahasan dalam penelitian ini dibagi ke dalam beberapa bab, maka penulisan penelitian ini disusun secara sistematika, sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian baik berupa manfaat teoritis maupun praktis, dan sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Bab ini berisi tentang landasan teori, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, model penelitian, dan bagan alur berpikir.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan jenis penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional, pengukuran variabel, serta metode analisis data.

BAB IV: ANALISIS DATA PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum, analisis data, hasil pengujian kualitas data, analisis regresi linear, hasil pengujian hipotesis, dan pembahasan.

BAB V: KESIMPULAN

Bab ini membahas mengenai kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, implikasi dari penelitian yang telah dilakukan, dan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya.

