

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Usaha logistik di Indonesia sangatlah penting mengingat letak geografis negara Indonesia yang terdiri dari ribuan pulau dan memiliki luas 1,905 juta km persegi. Pertumbuhan ekonomi Indonesia juga dapat terbilang tinggi, logistik akan menjadi tulang punggung dalam menghubungkan rantai pasokan dan memastikan barang dan jasa dapat tersedia tepat waktu di seluruh wilayah Indonesia.

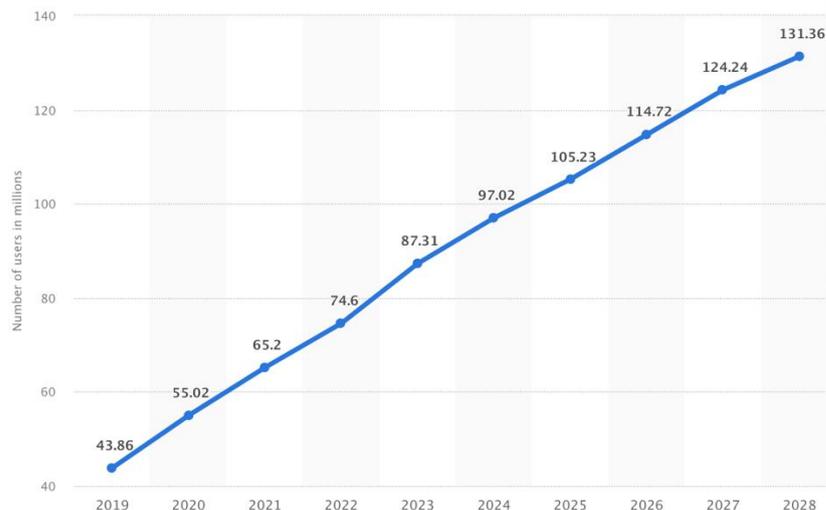
Geografi Indonesia yang terbilang cukup kompleks dengan jumlah pulau lebih dari 17.000 pulau, yang terdiri dari pulau kecil maupun pulau besar. Jarak dan jalur transportasi yang jauh juga menjadi tantangan tersendiri. Infrastruktur yang tidak merata juga menjadi kesulitan bagi industri logistik di Indonesia. Industri logistik memiliki peran penting dalam mengatasi tantangan geografis ini dan memastikan barang dapat sampai ke tujuan dengan efisien.

Pertumbuhan ekonomi yang sangat pesat di Indonesia membuat banyaknya permintaan akan layanan logistik untuk mendukung pendistribusian barang antara wilayah. Seiring kuatnya daya beli masyarakat dan mulai pemerataan ekonomi disetiap wilayah, maka jumlah ketersediaan di setiap wilayah haruslah seimbang dan cukup sehingga tidak menimbulkan kesenjangan ekonomi yang terlalu tinggi. Industri logistik menjadi kunci faktor penentu ketersediaan kebutuhan tersebut.

Teknologi yang semakin maju juga menjadi faktor penting dari kebutuhan industri logistic. Pada tahun 2009 berkembangnya teknologi khususnya dalam

pengembangan *software* yang menjadi pasar digital untuk setiap konsumen dan penjual yang disebut dengan *marketplace*. *Marketplace* menjadi inovasi yang sangat membantu bagi masyarakat untuk melakukan transaksi dagang yang lebih efisien dan mudah.

Dari data kominfo pada tahun 2013 pasar *marketplace* mencapai delapan miliar dollar AS atau setara 94,5 triliun rupiah. Pada tahun 2016 diprediksi naik tiga kali lipat menjadi 25 miliar dollar AS atau sebesar 295 triliun rupiah. Potensi ini dibarengi dengan jumlah pengguna internet yang mencapai angka 82 juta orang atau sekitar 30 persen total penduduk Indonesia.



**Gambar 1. 1 Data Pengguna E-Commerce di Indonesia**  
**Sumber: Statista Market Insight (2023)**

Seiring berkembangnya *marketplace* maka diperlukan pengembangan industri logistik untuk menyesuaikan dengan perkembangan *marketplace*. Perusahaan logistik diharapkan memiliki sistem yang dapat berintegrasi dengan teknologi *marketplace* dengan mengutamakan sistem *realtime* dan akurat.

Beberapa perusahaan logistik telah memiliki *platform* untuk melakukan *tracking* kepada barang yang akan dikirimkan. Konsumen logistik akan diberikan informasi yang jelas dan jaminan tepat waktu dalam pengiriman yang akan membuat konsumen puas dan melakukan pembelian ulang.

Perusahaan logistik wajib memberikan pelayanan yang terbaik untuk menunjukkan *service quality* yang dimiliki baik. Hal-hal yang menjadi penilaian dari *service quality* adalah kecepatan pengiriman, ketepatan waktu sampai, pelayanan pelanggan yang responsif, sistem manajemen yang terintegrasi dengan teknologi yang terbaru.

Semakin tinggi *service quality* yang diberikan oleh perusahaan logistik maka tingkat *repurchase intention* akan meningkat juga. Jika *service* yang diberikan baik maka akan membuat konsumen merasa puas. Hal ini akan membuat konsumen cenderung melakukan pembelian ulang. Menurut Oliver (1997), kepuasan pelanggan merupakan faktor penting yang mempengaruhi niat pelanggan untuk melakukan pembelian ulang.

Penelitian mengenai *repurchase intention* ini menjadi faktor penting untuk industri logistik, mengingat persaingan di industri tersebut cukup berat. Beberapa faktor yang menjadi pengaruh secara independen dalam penelitian ini adalah *service quality*, *location*, dan *price*. *Customer satisfaction* dan *repurchase intention* merupakan variabel dependen dalam penelitian ini.

Dalam industri logistik, *customer satisfaction* menjadi komponen penting yang harus diperhatikan oleh setiap perusahaan logistik. Tingkat kepuasan pelanggan akan menjadi tolak ukur seberapa baik produk perusahaan. Semakin

tinggi konsumen yang menggunakan jasa logistik maka semakin berhasil perusahaan tersebut. Oleh karena itu kepuasan pelanggan akan mempengaruhi langsung pembelian ulang yang akan dilakukan oleh konsumen. Tanpa konsumen maka perusahaan logistik tidak akan bertahan.

Menurut Mowen dan Minor (2002), seorang konsumen berproses dalam menentukan keputusan terhadap sebuah produk, mulai dari menerima, membeli, memanfaatkan, dan menentukan barang atau jasa yang akan digunakan. *Service quality* adalah variabel pertama dan dapat dikatakan sebagai kunci penentu. Variabel ini berdampak langsung dengan tingkat kepuasan, semakin baik kualitas layanan yang diberikan maka pelanggan akan merasa lebih puas. Menurut Ardhanari (2012) variabel *service quality* secara langsung akan mempengaruhi *repurchase intention*.

Ada beberapa variabel seperti *service quality*, *location* dan *price* yang akan menjadi salah satu penyebab faktor tinggi rendahnya *repurchase intention*. Terdapat beberapa hal yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan variabel-variabel tersebut.

- 1) Melakukan efisiensi terhadap jalur pengiriman

Jalur pengiriman antara wilayah harus lebih dipercepat dengan mengurangi transit yang tidak diperlukan. Ketika sebuah jalur logistik yang telah besar jaringannya terkadang banyak dilakukan transit atau singgah di beberapa tempat sebelum menuju tempat tujuan. Hal ini dapat diberlakukan perjalanan langsung tanpa singgah ke beberapa wilayah untuk mengurangi waktu

pengiriman. Dengan percepatan ini maka konsumen akan merasakan senang karena barang yang dikirim dapat diterima lebih cepat.

2) Memilih lokasi yang tepat

Lokasi pengiriman maupun pengambilan barang harus mudah diakses oleh kendaraan baik roda dua maupun roda empat. Lokasi dari setiap cabang harus memiliki tempat parkir untuk kendaraan sehingga konsumen dapat dengan mudah mendatangi lokasi cabang. Lokasi juga harus berada di tengah atau mudah dijangkau baik dengan kendaraan pribadi maupun kendaraan umum. Lokasi yang memiliki akses kendaraan umum jauh lebih baik jika memungkinkan disetiap cabang.

3) Sumber daya manusia

Sumber daya manusia adalah kunci dari setiap usaha jasa. Sumber daya yang dimiliki diharuskan memiliki syarat kompetensi yang telah dikaji dan ditentukan sehingga pelayanan dapat berjalan secara efektif. Sumber daya manusia juga harus terus dilakukan pelatihan agar terus belajar dan menjadi lebih baik.

4) Teknologi

Teknologi sangat membantu dalam menyelesaikan sebuah masalah. Teknologi juga membantu meringankan pekerjaan kompleks agar lebih mudah sehingga segala operasional dapat berjalan dengan baik dan tanpa hambatan. Selain itu teknologi dapat menghemat biaya yang dibutuhkan dalam menjalankan operasi perusahaan. Teknologi harus terus dikembangkan agar dapat terus membantu perusahaan sehingga dapat meringankan biaya.

Penelitian ini didasari dengan adanya pertumbuhan perusahaan J&T Express yang terbilang cukup tinggi pada industrinya. J&T Express sendiri didirikan pada 20 Agustus 2015 dan pada tahun 2021 J&T Express berhasil menjadi merek nomor satu di Indonesia.

**Top Brand Index**

JASA KURIR		
Brand	TBI	
JNE	45.00%	TOP
J&T	13.90%	TOP
Tiki	13.60%	TOP
Pos Indonesia	11.60%	
DHL	3.50%	

Sumber: Top Brand Award ([www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com))

**Gambar 1. 2 Peringkat Perusahaan Jasa Kurir di Indonesia Pada Tahun 2018**  
**Sumber: top brand-award.com (2023)**

**Top Brand Index**

JASA KURIR		
Brand	TBI	
J&T	33.40%	TOP
JNE	28.00%	TOP
Tiki	11.20%	TOP
Pos Indonesia	8.50%	
DHL	6.00%	

Sumber: Top Brand Award ([www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com))

**Gambar 1. 3 Peringkat Perusahaan Jasa kurir di Indonesia Pada Tahun 2021**  
**Sumber: top brand-award.com(2023)**

Berdasarkan Gambar 1.2 terlihat pada tahun 2018 JNE mendapatkan nilai tertinggi (Top Brand Award, 2023). JNE merupakan perusahaan raksasa logistik di Indonesia yang memulai bisnis di Indonesia pada tahun 26 November 1990 namun berdasarkan Gambar 1.3, pada tahun 2021 J&T Express mampu menjadi peringkat satu mengalahkan JNE. Hal ini menunjukkan adanya pertumbuhan yang signifikan dan strategi perusahaan yang diambil tepat dan efektif dalam meningkatkan bisnis J&T Express. Pada 27 Oktober 2023, J&T Express melakukan IPO di bursa saham Hongkong atau biasa disebut dengan HKEX yang memiliki kapasitas pasar total lebih dari US\$ 6 triliun pada tahun 2021. Peringkat J&T Express yang didapat sebagai peringkat satu *top brand* di Indonesia untuk layanan kurir menunjukkan adanya peningkatan jumlah konsumen dan penggunaan kembali layanan J&T Express. Hal ini menunjukkan adanya kepuasan dan bahkan loyalitas konsumen terhadap layanan J&T Express. Banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dan penggunaan kembali layanan oleh konsumen. Untuk itu penelitian ini ingin mengambil J&T Express sebagai subjek dari penelitian ini dengan menguji tiga variabel independen yaitu *service quality*, *location*, dan *price* terhadap variabel dependen yaitu *customer satisfaction* dan *Repurchase Intention*.

## **1.2 RUMUSAN MASALAH**

Terdapat beberapa penelitian yang membahas mengenai *customer satisfaction* namun variabel yang digunakan beraneka ragam. Berdasarkan penelitian sebelumnya, penelitian ini dilakukan untuk melihat hubungan antara *service quality*, *location*, *price* dan *customer satisfaction* terhadap *repurchase intention*.

Penelitian ini merumuskan masalah dengan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- 1) Apakah *service quality* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction* pada layanan J&T Express di wilayah Jabodetabek?
- 2) Apakah *service quality* berpengaruh positif terhadap *repurchase intention* pada J&T Express di wilayah Jabodetabek?
- 3) Apakah *price* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction* pada J&T Express di wilayah Jabodetabek?
- 4) Apakah *price* berpengaruh positif terhadap *repurchase intention* pada J&T Express di wilayah Jabodetabek?
- 5) Apakah *location* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction* pada J&T Express di wilayah Jabodetabek?
- 6) Apakah *location* berpengaruh positif terhadap *repurchase intention* pada J&T Express di wilayah Jabodetabek?
- 7) Apakah *customer satisfaction* berpengaruh positif terhadap *repurchase intention* di wilayah Jabodetabek?

### **1.3 TUJUAN PENELITIAN**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun tujuan dari penulisan penelitian ini adalah:

- 1) Untuk mengetahui pengaruh *service quality* terhadap *customer satisfaction* pada konsumen J&T Express di wilayah Jabodetabek.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh *service quality* terhadap *repurchase intention* pada konsumen J&T Express di wilayah Jabodetabek.

- 3) Untuk mengetahui pengaruh *location* terhadap *customer satisfaction* pada konsumen J&T Express di wilayah Jabodetabek.
- 4) Untuk mengetahui pengaruh *location* terhadap *repurchase intention* pada konsumen J&T Express di wilayah Jabodetabek.
- 5) Untuk mengetahui pengaruh *price* terhadap *customer satisfaction* pada konsumen J&T Express di wilayah Jabodetabek.
- 6) Untuk mengetahui pengaruh *price* terhadap *repurchase intention* pada konsumen J&T Express di wilayah Jabodetabek.
- 7) Untuk mengetahui pengaruh *customer satisfaction* terhadap *repurchase intention* pada konsumen J&T Express di wilayah Jabodetabek.

#### 1.4 MANFAAT PENELITIAN

Hasil dari penelitian ini diharapkan adanya manfaat yang diperoleh melalui penelitian ini baik dari sisi akademis maupun praktisi. Manfaat yang diharapkan yaitu:

- 1) **Manfaat Bisnis**

Penelitian ini diharapkan agar dapat membantu pihak J&T Express untuk lebih memahami factor-faktor penting dalam industri yang dijalankan. Dengan penelitian ini diharapkan juga lebih dapat memperbaiki jika adanya kesalahan atau kekurangan yang selama ini dilakukan oleh pihak J&T Express.

## 2) **Manfaat Pengetahuan**

Melalui penelitian ini diharapkan agar dapat menambah pengetahuan dan informasi data dalam analisis yang telah dilakukan. Pengetahuan akan berguna ketika J&T Express sedang melakukan inovasi ataupun renovasi struktural perusahaan. Data yang telah dimiliki dapat menjadi salah satu acuan atau penyebab mengapa performa J&T turun ataupun naik.

## **1.5 SISTEMATIKA PENULISAN**

Sistematika penulisan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pendahuluan berisikan latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Tinjauan pustaka berisikan mengenai landasan teori, penelitian terdahulu terkait dengan variabel dalam penelitian ini, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Metode penelitian berisikan mengenai teknis penelitian yang dijelaskan melalui identifikasi variabel penelitian, definisi operasional variabel, populasi dan sampel, jenis dan sumber data penelitian, metode pengumpulan data penelitian, serta metode analisis data.

#### **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Analisis dan pembahasan membahas deskripsi objek penelitian, analisis data, dan hasil pengolahan data yang diperoleh.

#### **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

Simpulan dan saran berisikan kesimpulan, implikasi teoritis, implikasi manajerial, keterbatasan penelitian, dan saran bagi penelitian selanjutnya dan perusahaan.

