

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Perusahaan-perusahaan penyedia layanan pengiriman bersaing untuk memberikan pelayanan optimal kepada konsumen. Ragam layanan yang disediakan oleh perusahaan-perusahaan ini bervariasi. Beberapa menawarkan pengiriman ke luar kota di Indonesia dan ke berbagai negara di seluruh dunia, meskipun demikian terdapat fokus pada pengiriman ke lokasi tertentu (Wulansari & Meirinawati, 2022). Situasi ini mengakibatkan persaingan antara perusahaan-perusahaan menjadi semakin intens, sehingga diperlukan strategi untuk mengatasi rivalitas tersebut dan menjadi opsi favorit bagi konsumen.

PT. Trans Nusantara Logistik yakni perusahaan yang beroperasi di bidang logistik dan transportasi. Perusahaan ini menyediakan layanan pengiriman barang, pergudangan, distribusi, dan jasa logistik. PT. Trans Nusantara Logistik dapat membantu dalam pengelolaan rantai pasok, pengiriman barang dalam dan luar negeri, serta menyediakan solusi logistik yang efisien dan handal untuk pelanggan di berbagai industri. Dalam menjalankan bisnisnya, perusahaan menghadapi berbagai tantangan, salah satunya adalah keterlambatan pengiriman barang dari waktu yang dijanjikan. Keterlambatan dapat menyebabkan konsekuensi yang merugikan, seperti penurunan kepuasan pelanggan, kerugian finansial, dan kerusakan reputasi perusahaan (Lati Praja Delmana, 2021).

Tabel 1. 1. Data Keterlambatan Pengiriman Barang PT. Trans Nusantara Logistik Tahun 2022

No.	Bulan	Jumlah Barang Yang dikirim	Terlambat	Persentase
1	Januari	70	25	36%
2	Februari	60	10	17%
3	Maret	91	10	11%
4	April	80	20	25%
5	Mei	50	10	20%
6	Juni	89	15	17%
7	July	65	15	23%

No.	Bulan	Jumlah Barang Yang dikirim	Terlambat	Persentase
8	Agustus	72	5	7%
9	September	100	20	20%
10	Oktober	120	10	8%
11	November	95	5	5%
12	Desember	150	15	10%
	Jumlah	1,042	160	15%

Sumber: Data dari PT. Trans Nusantara Logistik tahun 2022

Berdasarkan wawancara penulis dengan ketua divisi operasional, PT. Trans Nusantara Logistik telah menetapkan kebijakan maksimal persentase keterlambatan sebesar 5%. Dari data diatas dapat dilihat bahwa rata-rata persentase keterlambatan pengiriman pada tahun 2022 sebesar 15%, dengan nilai persentase tertinggi sebesar 36% pada bulan Januari dan terendah sebesar 5% pada bulan November. Fakta ini mengindikasikan adanya isu terkait kualitas layanan yang disajikan oleh perusahaan, yang berpotensi memengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Penelitian yang dilaksanakan oleh(Ardianto, 2018),(Aminah, Harfani, dan Hariyani, 2017), dan(Lisnasari, Rudi, dan Pratiwi, 2016) menghasilkan kesimpulan bahwa tepat waktu dalam pengiriman barang memiliki dampak terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Hal ini dikarenakan harapan pelanggan tidak sesuai dengan pelayanan yang ditujukan oleh perusahaan. Seperti yang dipaparkan dalam penelitian yang dilakukan oleh (Nasuka, 2017), yakni persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan dapat memberikan kontribusi positif terhadap terhadap kepuasan pelanggan.

Dalam lingkungan industri logistik yang penuh persaingan, menjaga pelanggan yang sudah ada seringkali lebih cost-effective daripada mencari pelanggan baru. Dengan demikian, perusahaan logistik harus berfokus pada meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memberikan layanan logistik yang handal, responsif, tepat waktu, dan komunikatif. Kepuasan pelanggan dapat memainkan peran penting dalam mempengaruhi perilaku pelanggan dimasa depan seperti pembelian ulang atau loyalitas(Armanto, 2018). Dengan merujuk kepada penjelasan di atas, penulis termotivasi untuk melakukan penelitian mendalam dalam format skripsi yang berjudul, **“Pengaruh Kualitas Layanan Logistik**

Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan(Studi Di PT. Trans Nusantara Logistik”.

1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1. Identifikasi Masalah

Pengaruh kualitas layanan logistik terhadap loyalitas pelanggan merupakan topik yang penting untuk diteliti dalam konteks PT. Trans Nusantara Logistik. Identifikasi masalah-masalah dalam penelitian ini adalah berikut ini:

1. Tingkat keterlambatan pengiriman barang yang menunjukkan persentase yang cukup tinggi oleh PT. Trans Nusantara Logistik.
2. Kepuasan dan loyalitas pelanggan dalam industri logistik menjadi salah satu faktor kunci dalam keberlangsungan perusahaan. Sementara itu, kualitas layanan juga bisa menjadi salah satu faktor yang berpotensi memberikan sumbangan terhadap kepuasan, dan kepuasan adalah salah satu faktor yang mungkin ikut berperan dalam membentuk loyalitas.

1.2.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, rumusan masalah yang dapat diajukan yakni berikut ini:

- 1) Apakah Kualitas Layanan Logistik berperan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan di PT. Trans Nusantara Logistik?
- 2) Apakah hubungan antara Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan PT. Trans Nusantara Logistik?
- 3) Apakah pengaruh Kualitas Layanan Logistik terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Trans Nusantara Logistik melalui Kepuasan Pelanggan sebagai variabel *intervening*?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini yakni dalam rangka menginvestigasi pengaruh kualitas layanan logistik terhadap loyalitas pelanggan di PT. Trans Nusantara

Logistik, dengan mempertimbangkan kepuasan pelanggan sebagai faktor moderasi. Beberapa tujuan spesifik dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Mengkaji dan menganalisis bagaimana kualitas layanan logistik mempengaruhi kepuasan pelanggan PT. Trans Nusantara Logistik.
- 2) Mengkaji dan menganalisis bagaimana hubungan antara kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan di PT. Trans Nusantara Logistik.
- 3) Mengkaji dan menganalisis pengaruh kualitas layanan logistik terhadap loyalitas pelanggan PT. Trans Nusantara Logistik melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening*.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini mempunyai beberapa manfaat yang bisa diperoleh baik oleh PT. Trans Nusantara Logistik maupun oleh industri logistik secara keseluruhan. Beberapa manfaat yang dapat diidentifikasi yakni berikut ini:

1. Memberikan pemahaman yang lebih baik tentang pengaruh kualitas layanan logistik terhadap loyalitas pelanggan: Penelitian ini akan memberikan wawasan yang lebih dalam tentang sejauh mana kualitas layanan logistik mempengaruhi loyalitas pelanggan di PT. Trans Nusantara Logistik. Hasil penelitian dapat membantu perusahaan memahami faktor-faktor kunci yang perlu ditingkatkan dalam rangka meningkatkan loyalitas pelanggan.
2. Meningkatkan strategi pelayanan dan operasional: Hasil penelitian ini akan membantu PT. Trans Nusantara Logistik dalam meningkatkan strategi pelayanan dan operasional mereka. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang kualitas layanan logistik yang diinginkan oleh pelanggan, perusahaan dapat mengarahkan upaya mereka untuk memenuhi harapan pelanggan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.
3. Meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas: Studi ini memiliki potensi untuk memberikan kontribusi kepada PT. Trans Nusantara Logistik dalam mengenali elemen-elemen yang memengaruhi tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan mereka. Dengan memahami faktor-

faktor ini, perusahaan dapat mengambil tindakan yang sesuai untuk meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan dan membangun hubungan loyalitas jangka panjang.

4. Kontribusi pada pengetahuan akademik: Penelitian ini dapat memberikan sumbangan pada pengetahuan akademik dibidang manajemen logistik dan pemasaran. Temuan dan hasil penelitian dapat menjadi sumber referensi untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan kualitas layanan logistik, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan dalam konteks industri logistik.

1.5. Batasan dan Asumsi Penelitian

1.5.1. Batasan Penelitian

1. Fokus penelitian ini adalah untuk membedakan pengaruh kualitas administrasi operasional terhadap keteguhan klien di PT. Trans Nusantara Logistik dengan memasukkan bagian dari loyalitas konsumen.
2. Uji eksplorasi dibatasi untuk pelanggan yang secara efektif menggunakan administrasi operasi dari PT. Trans Nusantara Logistik.
3. Pendekatan ikhtisar digunakan dalam tinjauan ini untuk mengumpulkan informasi dari responden yang dipilih secara sembarangan.
4. Faktor bebas dalam penelitian ini adalah sifat administrasi operasional yang direncanakan, sedangkan variabel ketergantungannya adalah keteguhan pelanggan.
5. Penelitian ini memasukkan loyalitas konsumen sebagai variabel yang mengarahkan hubungan antara kualitas administrasi operasi terencana dan dedikasi pelanggan.
6. Sudut pandang berbeda yang dapat mempengaruhi ketergantungan pelanggan terlepas dari sifat faktor terkoordinasi administrasi dan loyalitas konsumen tidak masuk akal dalam tinjauan ini.
7. Lingkup penelitian ini terfokus pada dampak kualitas layanan logistik terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan, dan tidak

membahas kinerja aktual perusahaan atau strategi untuk meningkatkannya.

1.5.2. Asumsi-Asumsi Penelitian

1. Partisipan memberikan tanggapan yang jujur dan akurat dalam rangkaian survei yang dijalankan.
2. Responden yang terlibat dalam penelitian ini dipilih sebagai sampel yang mencerminkan populasi pelanggan dari PT. Trans Nusantara Logistik.
3. Variabel kualitas layanan logistik memiliki efek positif terhadap loyalitas pelanggan.
4. Kepuasan pelanggan berfungsi sebagai moderasi dalam menghubungkan kualitas layanan logistik dengan loyalitas pelanggan, dengan demikian meningkatkan dampak positif dari kualitas layanan logistik pada loyalitas pelanggan.
5. Pengaruh hubungan antara kualitas layanan logistik, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan di PT. Trans Nusantara Logistik tidak dipengaruhi oleh faktor eksternal yang signifikan.
6. Pengukuran kualitas layanan logistik dan kepuasan pelanggan yang digunakan dalam penelitian ini telah terbukti valid dan konsisten(*reliable*).