

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Proses pengiriman barang sangat sering dilakukan oleh masyarakat luas dan prosesnya pun berlangsung sangat cepat. Tingginya frekuensi pengiriman barang tersebut disebabkan oleh pengiriman dokumen-dokumen yang dilakukan oleh masyarakat dan maraknya *online shop*. Kekhawatiran masyarakat akan penipuan dalam belanja online kini mulai berkurang. Setiap *online shop* bermitra dengan jasa kurir. Dimana pembeli tersebar diseluruh penjuru Indonesia dan peran kurir sangat dibutuhkan didalamnya. dan pastinya memilih dan bermitra dengan jasa kurir baik dan terpercaya

Memilih jasa kurir yang terpercaya merupakan salah satu keputusan yang penting dalam bisnis tersebut karena dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen, bahkan situs ada situs *online shop* membentuk jasa kurir mereka sendiri agar dapat menjamin produk yang mereka kirim sampai di tangan konsumen dan terkadang mereka juga memberikan promosi gratis ongkos kirim demi memuaskan konsumennya.

Jasa kurir memiliki proses yang relatif lebih konvensional, sedangkan pada proses pengiriman surat, dokumen, dan uang dapat dipercepat dengan adanya kemajuan teknologi. Saat ini banyak sekali jenis jasa kurir di Indonesia. Tidak dipungkiri bahwa jasa kurir sangat dibutuhkan oleh individu ataupun organisasi perusahaan. Semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap pelayanan pengiriman paket menyebabkan

persaingan bisnis yang dihadapi perusahaan saat ini sangat ketat. Munculnya pihak-pihak swasta yang berupaya memberikan pelayanan yang lebih baik kepada masyarakat yang sesuai dengan harapan mereka, misalnya adanya kemudahan dalam pengiriman paket, jangka waktu tempuh pengiriman yang lebih cepat, fasilitas melacak paket, keramahan, dan kesopanan karyawan dalam melayani pelanggan.

Melihat potensi yang ada pasar jasa kurir di Indonesia mencapai Rp 60 triliun pertahun perhitungan pangsa pasar pengiriman jasa express ini dilihat dari biaya pengiriman barang atau freight, yang ditangani oleh 3400 perusahaan jasa kurir, dan diproyeksikan terus meningkat dari tahun ke tahun seiring stabilitas ekonomi domestik yang tetap terjaga. Berikut ini merupakan potret pangsa pasar para penyedia layanan paket atau surat secara umum di Indonesia tahun 2018 yang dapat dilihat pada Tabel 1.1

Tabel 1.1
Market Share Paket dan Surat di Indonesia Tahun 2018

No	Nama	Skor
1	JNE	35%
2	TIKI	25%
3	POS	24%
4	PANDU	6%
5	NCS	4%
6	KGP	3%
7	BCG	2%
8	LEGA PAKET	1%

Sumber: <http://www.bukualamat.info/p/daftar-perusahaan-jasa-ekspedisi.html>

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat menggambarkan bahwa bisnis jasa pengiriman banyak diminati oleh pengusaha. Hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya

perusahaan jasa pengiriman swasta yang ada di Indonesia dan membuat persaingan di industri jasa pengiriman menjadi sangat ketat. Salah satu perusahaan yang cukup lama bertahan di industri jasa pengiriman adalah Lega Paket. Lega Paket merupakan salah satu jasa pengiriman di Indonesia yang mampu bersaing dengan jasa pengiriman paket lainnya yang lebih unggul atau lebih dikenal namanya oleh masyarakat. Akan tetapi Lega Paket memiliki keunggulan tersendiri yang membuatnya mampu bersaing dengan jasa pengiriman lainnya. Berangkat dari pemikiran dan kenyataan – kenyataan di lapangan yang menunjukkan adanya tuntutan dari konsumen akan sebuah produk jasa transportasi barang yang bermutu, pada tahun 1993 PT. Kramat Djati Asri Sejati memberanikan diri untuk mendirikan sebuah perusahaan jasa transportasi barang PT. Leuwigajah. Pada awal berdirinya PT. Leuwigajah memanfaatkan kapasitas ruang bagasi Bis Malam Cepat Kramat Djati dengan kapasitas awal sebesar 2 ton perhari. Pada tahun 1998 tepatnya pada tanggal 26 Februari 2016, PT. Leuwigajah secara resmi mendapat Surat Ijin Pengusahaan Jasa Titipan (SIPJT) yang disahkan di Jakarta oleh Direktur Jenderal Pos dan Telekomunikasi dengan No. Izin pengusahaan 356/SIPJT/DIRJEN/1998. Sebagai wujud kepedulian dan bentuk kerjasama dengan perusahaan – perusahaan yang bergerak di bidang sejenis, pada tanggal 1 Maret 1998 PT. Leuwigajah secara resmi tercatat sebagai anggota ASPERINDO (Asosiasi Perusahaan Jasa Pengiriman Ekspres Indonesia) dengan No. Tanda Anggota ; 037/A / ASPER – JB/98 yang disahkan langsung oleh ketua ASPERINDO di Bandung. Berikut ini adalah produk yang dikeluarkan oleh Lega Paket yang dapat dilihat pada Tabel 1.2.

Berdasarkan ketentuan yang diberikan oleh Lega Paket dapat dilihat produk yang dikeluarkan oleh Lega Paket. Produk pengiriman barang melalui sarana

transportasi darat. Seluruh barang kiriman, dikirimkan dengan menggunakan sarana transportasi yang dimiliki, dioperasikan dan diawasi secara langsung oleh Lega Paket. Lega Darat menyediakan beberapa jenis produk, yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Produk Lega darat terdiri dari :

- Lega Prioritas

Produk pengiriman dengan manfaat lebih berupa kepastian atas keberangkatan barang kiriman. Lega Prioritas direkomendasikan untuk konsumen yang memerlukan pengiriman melalui darat dengan target waktu yang ditetapkan. Biaya pengiriman Lega Prioritas, terdiri dari beberapa kategori, yaitu :

- Biaya transportasi khusus

Biaya transportasi khusus, berlaku untuk :

1. Dokumen

Media yang dapat digunakan untuk menyimpan data dengan berat max 1Kg.

2. Paket 0-2 Kg

Paket dengan berat max 2 Kg.

3. Paket 3 Kg

Paket dengan berat di atas 2,1 Kg max 3 Kg.

4. Sepeda motor

Barang kiriman berupa sepeda motor. Penentuan biaya transportasi berdasarkan ukuran kapasitas mesin sepeda motor (cc), dengan kategori 0cc s/d. 125cc, 126cc s/d. 250cc.

- Biaya transportasi umum

Biaya transportasi umum, berlaku untuk jumlah berat pengiriman di atas 3,1 Kg. tidak berlaku apabila dibawah 3,1 Kg.

1. Lega Reguler Produk pengiriman barang melalui darat yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan frekuensi dan quantity pengiriman yang tinggi dengan waktu kedatangan yang dapat direncanakan.

2. Lega Layanan Khusus Produk pengiriman barang melalui darat yang khusus disediakan untuk konsumen yang memerlukan kebutuhan khusus, seperti ; rute, jam keberangkatan / kedatangan atas permohonan konsumen.

- Lega Udara

Produk pengiriman melalui udara, Lega Paket menyediakan untuk konsumen yang memerlukan waktu perjalanan yang sangat singkat dan juga untuk melengkapi pilihan kota-kota tujuan di luar jangkauan rute Lega Darat.

- Lega Laut

Selain itu ada juga biaya transportasi yang lebih kompetitif, Lega Laut menjadi pilihan untuk kota tujuan yang hanya dapat dicapai melalui sarana transportasi laut. Biaya transportasi minimum Lega Laut sebesar 100 Kg per transaksi pengiriman. Lega laut juga sangat efektif untuk pengiriman barang.

Untuk konsumen yang tidak memiliki kemasan untuk barang kirimannya, maka konsumen dapat memperolehnya di kantor pelayanan Lega Paket. Jenis kemasan yang tersedia saat ini adalah dus dan karung plastik dengan logo Lega Paket. Selain itu Lega Paket juga memberikan pelayanan penjemputan. Pelayanan penjemputan tersebut dapat diperoleh dengan menghubungi no. telepon kantor pelayanan di masing-masing kota. Setelah menghubungi kantor pelayanan, pihak lega paket akan langsung melayani. Berikut ini adalah harga konsumen yang akan melakukan pengiriman melalui Lega Paket Kota Bandung yang dapat dilihat pada Tabel 1.2.

Tabel 1.2
Harga Konsumen Lega Paket Kota Bandung 2019

Kota keberangkatan	Biaya Transportasi Umum		Dokumen	Biaya Transportasi Motor	
	0-5 Kg Pertama	Kg Selanjutnya		s/d 125 cc	> 126-250 cc
Palembang	56.000	4.300	16.000	807.000	1.050.000
Bandar Lampung	42.000	3.300	15.000	630.000	850.000
Tangerang	52.000	1.700	11.500	329.000	478.500
Jakarta	31.500	1.700	11.500	271.000	420.000
Depok	52.000	1.700	11.500	395.000	478.500
Bekasi	40.500	1.700	11.500	395.000	575.000
Cirebon	31.500	2.000	11.500	329.000	478.500
Semarang	39.500	2.750	17.500	472.000	621.000
Yogyakarta	37.000	2.850	15.000	403.000	552.000
Magelang	52.000	2.850	15.000	403.000	552.000
Solo	37.500	2.850	15.000	403.000	552.000
Surabaya	42.500	3.250	16.000	466.000	627.000
Malang	44.000	3.400	16.000	466.000	627.000
Denpasar	56.000	4.300	16.000	807.000	1.050.000

Sumber : Harga konsumen Lega Paket, 2019

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat dilihat bahwa terdapat harga konsumen Lega Paket Kota Bandung tahun 2019. Biaya transportasi umum dengan berat 0 – 5 Kg berbeda – beda sesuai dengan tujuan pengiriman yang diinginkan oleh konsumen. Untuk Kg selanjutnya akan disesuaikan juga dengan tujuan pengiriman sesuai yang tertera pada tabel diatas. Sama halnya dengan pengiriman dokumen dan biaya transportasi motor dari yang memiliki kecepatan s/d 125 cc atau 126 – 250 cc tarif disesuaikan dengan tujuan daerah yang akan dilakukan pengiriman. Lega Paket

memiliki keunggulan yang berbeda dari jasa yang lainnya yaitu pada saat melakukan pengiriman selanjutnya harga yang ditawarkan sangat murah berbeda dengan jasa yang lainnya.

Berikut ini adalah jumlah keluhan yang terdapat di Lega Paket Kota Bandung yang dapat dilihat di tabel 1.3

Tabel 1.3
Jumlah Keluhan Lega Paket Bandung 2018

No.	Bulan	Jumlah Keluhan Lega Paket
1.	Juli	61
2.	Agustus	72
3.	September	76
4.	Oktober	62
5.	November	70
6.	Desember	45
Total		386

Sumber : Lega Paket Bandung

Berdasarkan Tabel 1.3 dapat dilihat bahwa jumlah keluhan dari Lega Paket Bandung setiap bulannya berfluktuasi. Namun yang sangat menjadi perhatian yaitu dimana jumlah keluhan konsumen dari Lega Paket yaitu pada bulan agustus dan september 2018 mengalami kenaikan yang cukup signifikan yaitu sebanyak 72 dan 76 keluhan yang dimana sebelumnya yaitu pada bulan juli 2018 hanya 61 keluhan dan pada bulan november 2018 juga mengalami kenaikan yaitu 70 keluhan yang dimana sebelumnya yaitu pada bulan oktober 2018 hanya 62 keluhan. Dari data-data tersebut menunjukkan bahwa Lega Paket memiliki masalah didalam harapan konsumen dan ketidak puasan konsumen. Berdasarkan hasil wawancara dengan

pihak Lega Paket, jumlah pengunjung Lega Paket Bandung pada tahun 2018 setiap bulannya selalu mengalami fluktuasi, agar lebih jelas peneliti akan menyajikannya dalam Tabel 1.4

Tabel 1.4
Jumlah Pengunjung Lega Paket Bandung Tahun 2018

Bulan	Jumlah Pengunjung
Januari	92
Februari	115
Maret	123
April	140
Mei	160
Juni	80
Juli	155
Agustus	145
September	150
Oktober	152
November	124
Desember	98

Sumber : Lega Paket Bandung

Berdasarkan tabel 1.4 dapat dilihat bahwa Lega Paket Bandung pada tahun 2018 memiliki total pengunjung sebanyak 1534 orang dan setiap bulannya memiliki jumlah pengunjung yang sangat fluktuatif. Terlihat pada bulan juni mengalami penurunan yang cukup signifikan. Pada bulan juli kembali berangsur mengalami peningkatan. Namun bulan agustus kembali mengalami penurunan tetapi tidak terlalu signifikan seperti bulan juni. Di bulan november dan desember pun jumlah

pengunjung mengalami penurunan tetapi tidak terlalu signifikan seperti pada bulan juni. Namun, untuk mengetahui lebih jelas mengenai fenomena penurunan total penjualan di Lega Paket Bandung, peneliti melakukan penelitian pendahuluan dengan cara membagikan kuesioner kepada 30 responden yaitu konsumen Lega Paket Bandung secara acak, dengan tujuan untuk mengetahui faktor lain yang mempengaruhi konsumen pengguna jasa kurir di Lega Paket Bandung dapat dilihat pada tabel 1.5

Tabel 1.5
Hasil Prasurvei Tentang Kinerja Pemasaran
Lega Paket Bandung

No	Variabel	Pernyataan	Jawaban					Rata-rata	Kriteria
			SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)		
1	Kepuasan Konsumen	Lega Paket selalu memenuhi semua harapan saya	2	6	13	6	3	2,9333	Kurang Baik
		Saya sangat puas atas layanan yang di berikan Lega Paket	2	10	11	5	2	3,1667	Kurang Baik
2	Keputusan Pembelian	Saya memakai jasa di Lega Paket untuk memenuhi kebutuhan saya	3	15	10	1	1	3,6	Baik
		Saya sudah mencari beberapa jasa kurir di Kota Bandung dan memilih Lega Paket	2	14	12	1	1	3,5	Baik

3	Kepercayaan Konsumen	Saya percaya dengan jasa yang Lega Paket berikan lebih baik dari yang lain	1	19	9	0	1	3,6333	Baik
4	Loyalitas Konsumen	Saya memiliki keinginan yang kuat untuk melakukan pengiriman barang kembali melalui Lega Paket	2	13	13	2	0	3,5	Baik
		Saya sangat merekomendasikan Lega Paket ke teman dan keluarga	1	16	11	2	0	3,5333	Baik

Sumber : Data Diolah Peneliti, 25 April 2019

Berdasarkan dari hasil Tabel 1.5 diatas dapat dilihat bahwa dari faktor-faktor kondisi saat ini yang mempengaruhi penurunan total penjualan di Lega Paket Bandung terdapat masalah pada kepuasan pelanggan. Secara umum kepuasan pelanggan adalah adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Namun, tidak hanya kepuasan pelanggan saja yang bermasalah pada tingkat penjualan Lega Paket Bandung, akan tetapi terdapat beberapa faktor lain yang belum maksimal. Untuk mengetahui penyebab sebenarnya mengenai lemahnya tingkat kepuasan pelanggan di Lega Paket Bandung, peneliti melakukan penelitian pendahuluan dengan menggunakan bauran pemasaran, yaitu Produk (*Product*), Harga (*Price*), Tempat (*Place*), Promosi (*Promotion*), Orang (*People*), Proses (*Process*), dan Bukti Fisik (*Physical Evidence*). Metode penelitian yang digunakan penulis adalah metode survey. Menurut Sugiyono (2014:11) pengertian metode survey adalah “Penelitian yang dilakukan dengan menggunakan angket sebagai alat penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasitersebut, sehingga ditemukan kejadian relatif,

distribusi, dan hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologis”. Tujuan penelitian survey adalah untuk memberikan gambaran secara mendetail tentang latar belakang, sifat-sifat, serta karakter-karakter yang khas dari kasus atau kejadian suatu hal yang bersifat umum. Kepuasan Menurut Kotler dalam buku Sunyoto (2014:35), adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan merasa puas dan apabila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan sangat puas senang atau gembira. Menurut Daryanto dan Setyobudi (2014: 43) mengatakan kepuasan konsumen adalah suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan produk dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakannya terpenuhi. Berdasarkan beberapa di atas peneliti sampai pada pemahaman bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang dirasakan konsumen atas pengalaman yang didapat dari produk yang ditawarkan oleh perusahaan dengan harapan keinginan dan kebutuhan dapat dipenuhi. Berikut ini merupakan penelitian pendahuluan mengenai bauran pemasaran yang dapat dilihat pada Tabel 1.6

Tabel 1.6
Persepsi Konsumen Tentang Bauran Pemasaran Jasa
Lega Paket Bandung

No	Variabel	Pernyataan	Jawaban					Rata-Rata	Kriteria
			SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)		
1	Produk	Jasa pengiriman Lega Paket memiliki banyak produk yang ditawarkan sesuai kebutuhan saya	2	16	8	3	1	3,5	Baik
		Produk yang ditawarkan Lega Paket sangat menarik sekali	4	19	6	0	1	3,8333	Baik
2	Harga	Harga yang ditawarkan Lega Paket sudah sesuai dengan kualitas yang diberikan	2	12	10	3	3	3,233	Kurang Baik

No	Variabel	Pernyataan	Jawaban					Rata-Rata	Kriteria
			SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)		
		Harga yang ditawarkan sangat terjangkau	1	17	9	2	1	3,5	Baik
3	Tempat	Lokasi Lega Paket mudah ditemukan	5	12	9	3	1	3,5667	Baik
		Lokasi Lega Paket mudah dijangkau	6	14	10	0	0	3,8667	Baik
4	Promosi	Saya mengetahui Lega Paket dari internet	5	16	7	1	1	3,7667	Baik
		Saya mengetahui Lega Paket dari teman	4	17	8	11	0	3,8	Baik

No	Variabel	Pernyataan	Jawaban					Rata-Rata	Kriteria
			SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)		
5	Orang	Karyawan Lega Paket sangat sigap dalam melayani konsumen	1	20	6	2	1	3,6	Baik
		Karyawan Lega Paket sangat ramah dan sopan dalam melayani konsumen	1	12	11	4	2	3,2	Kurang Baik
6	Proses	Jasa pengiriman barang sangat cepat sampai tujuan	3	18	8	1	0	3,7667	Baik
		Proses pembayaran sangat mudah	0	21	5	4	0	3,5667	Baik
7	Bukti Fisik	Fasilitas (meja, kursi	3	18	7	1	1	3,7	Baik

No	Variabel	Pernyataan	Jawaban					Rata-Rata	Kriteria
			SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)		
		dan pendukung lainnya) yang tersedia di Lega Paket sangat baik							

Sumber : Data Diolah Peneliti, 25 April 2019

Berdasarkan dari hasil Tabel 1.6 diatas dapat dilihat bahwa variable bauran pemasaran yang bermasalah harga yaitu harga yang ditawarkan tidak sesuai dengan kualitas, kualitas pelayanan yaitu karyawan yang kurang cepat dalam melayani konsumen, kepuasan pelanggan yaitu harapan pelanggan yang tidak terpenuhi.

Hasil survey tersebut dapat mengindikasikan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh Lega Paket belum optimal dalam menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Jumlah pelanggan yang fluktuatif menunjukkan bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut masih belum maksimal, selain itu dari hasil penelitian dan wawancara yang dilakukan oleh penulis kepada pelanggan pos masih ada keluhan yang dialami. Harga merupakan suatu nilai yang dibuat untuk menjadi patokan nilai suatu barang atau jasa. Berikut beberapa pengertian harga menurut para ahli. Menurut Kotler dan Armstrong (2014:151), Sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang

ditukar konsumen atas manfaat –manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Sedangkan kualitas pelayanan yang dikemukakan oleh Lupiyoadi (2014:197) mendefinisikan bahwa pelayanan dapat diartikan sebagai seluruh aktivitas yang berusaha mengkombinasikan nilai dari pemesanan, pemrosesan hingga pemberian hasil jasa melalui komunikasi untuk mempercepat kerja sama dengan konsumen. Secara singkat, istilah pelayanan merupakan suatu kerjasama yang dilakukan penyedia jasa dengan konsumen. Pendapat lainnya dikemukakan oleh Fandy Tjiptono (2014:118) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan adalah sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampainnya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dalam hal ini kualitas konsumen sangatlah penting.

Kepuasan konsumen merupakan aspek utama yang harus dipenuhi oleh pihak perusahaan tersebut, dengan terciptanya kepuasan pelanggan maka permintaan pun akan naik. Salah satu hal yang menjadi penyebab terjadinya kepuasan pelanggan adalah dari segi kualitas layanan yang diberikan. Kualitas layanan yang diberikan harus bisa memuaskan konsumen. Konsumen bisa puas terhadap suatu layanan jasa apabila mempunyai harapannya bisa terpenuhi. Konsumen juga membandingkan apa yang didapat disebuah perusahaan dengan perusahaan lainnya. Sehingga kehadiran kompetitor itu penting untuk meningkatkan kualitas layanan dari sebuah perusahaan.

Harga merupakan unsur yang sangat sensitif bagi konsumen, penetapan harga menjadi hal yang sangat penting untuk bisa memperoleh pelanggan. kesalahan dalam penetapan harga bisa berakibat fatal bagi perusahaan. memang dengan harga yang tinggi perusahaan bisa meraih keuntungan lebih besar akan

tetapi bagi pelanggan, harga yang terlalu mahal malah bisa menjadi sebuah ketakutan. Masyarakat pada umumnya menyukai produk dengan harga yang rendah. Perusahaan juga harus menetapkan harga yang sesuai dengan kualitas yang akan diterima oleh pelanggan, sehingga pelanggan tidak merasa keberatan dengan, uang yang telah dikeluarkan untuk membeli produk atau jasanya. Hal tersebut diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Irma Ayu Noeraini (2016) dengan judul penelitian Pengaruh Tingkat Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Surabaya dengan hasil penelitiannya yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen yang memilih jasa kurir di JNE Surabaya.

Hasil penelitian pendahuluan juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga di Lega Paket bermasalah. Untuk jasa kurir sangat di butuhkan kualitas pelayanan yang mampu memenuhi kebutuhan konsumen agar nyaman dan tertarik untuk memutuskan memilih jasa kurir tersebut sehingga konsumen merasa nyaman untuk melakukan pengiriman lewat jasa kurir tersebut dan tidak pindah ke jasa kurir yang lain.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian terhadap konsumen pada Lega Paket Bandung dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN TINGKAT HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA LEGA PAKET BANDUNG”**

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah Penelitian

Identifikasi masalah merupakan proses pengkajian dari permasalahan-permasalahan yang akan diteliti, sedangkan rumusan masalah menggambarkan permasalahan yang tercakup didalam penelitian terhadap variabel kualitas

pelayanan, tingkat harga, dan kepuasan konsumen.

1.2.1 Identifikasi Masalah Penelitian

Mengacu pada latar belakang penelitian yang telah dipaparkan, adapun masalah yang teridentifikasi adalah sebagai berikut :

1. Lega Paket berada di peringkat 8 dalam market share dan surat di Indonesia
2. Terjadinya jumlah peningkatan keluhan di bulan agustus, september dan november 2018
3. Terjadinya penurunan jumlah pelanggan pada bulan juni 2018
4. Pelanggan cenderung tidak puas
5. Adanya keluhan mengenai pengiriman yang tidak tepat
6. Karyawan yang tidak cepat tanggap dalam melayani konsumen
7. Karyawan yang tidak ramah dan tidak peduli terhadap konsumen
8. Harapan pelanggan yang tidak terpenuhi
9. Karyawan yang tidak cepat tanggap dalam melayani konsumen
10. Lega Paket tidak tepat waktu dalam pengiriman barang

1.2.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi yang telah diajukan maka permasalahan sebenarnya yang ingin diteliti adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai kualitas pelayanan di Lega Paket Bandung.
2. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai tingkat harga di Lega Paket Bandung.
3. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen di Lega Paket Bandung

4. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan tingkat harga terhadap kepuasan konsumen di Lega Paket Bandung secara simultan dan parsial.

1.3 Tujuan Penelitian

Penulis melakukan penelitian untuk mengumpulkan data yang akan diolah menjadi informasi dalam penelitian skripsi. Tujuan dari dibuatnya penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Tanggapan konsumen mengenai kualitas pelayanan di Lega Paket Bandung
2. Tanggapan konsumen mengenai tingkat harga di Lega Paket Bandung
3. Tingkat kepuasan konsumen di Lega Paket Bandung
4. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan tingkat harga terhadap kepuasan konsumen di Lega Paket Bandung secara simultan dan parsial.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan berbagai kegunaan, adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Kegunaan teoritis dalam penelitian ini adalah dapat memperkaya teori-teori mengenai kualitas pelayanan, tingkat harga dan kepuasan konsumen. Selain itu diharapkan penelitian ini dapat memperkaya ataupun menambah konsep atau teori yang dapat menunjang perkembangan ilmu pengetahuan bidang kajian manajemen pemasaran.

1.4.2. Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis yang dapat diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai

berikut :

1. Bagi Peneliti

Diharapkan dengan penelitian ini dapat memberi wawasan dalam memahami kepuasan konsumen berdasarkan kualitas pelayanan dan tingkat harga pada Lega Paket Bandung.

2. Bagi Peneliti Lain

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi masukan bagi peneliti lain yang sedang melakukan penelitian dalam bidang kajian yang sama. Selain itu penelitian ini diharapkan untuk menambah referensi bagi penelitian-penelitian lain yang sejenis.

3. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan untuk meningkatkan total penjualan. Kemudian penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi dalam menangani masalah yang dihadapi perusahaan dalam hal keputusan pembelian konsumen. Selanjutnya adalah penelitian ini dapat memberikan sumbangan pikiran mengenai kualitas pelayanan dan tingkat harga dalam meningkatkan kepuasan konsumen dan menjadi masukan yang dapat digunakan oleh perusahaan sebagai bahan untuk mencapai tujuan dari perusahaan.

