

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Di tengah persaingan kebutuhan pengiriman barang, perusahaan di rasa perlu melakukan perubahan dan perbaikan secara terus menerus pada segi kualitas pelayanan dan mempertahankan eksistensinya melalui merek. Saat ini banyak lahirnya perusahaan jasa pengiriman barang yang terus bersaing merebut pasar. Salah satu perusahaan jasa pengiriman barang yang telah peneliti lakukan observasi secara langsung yaitu perusahaan Ninja express cabang cimincrang yang telah berdiri selama 2 tahun. Dalam perjalanannya perusahaan mengalami permasalahan berkaitan dengan loyalitas konsumen. Untuk menghadapi permasalahan perusahaan dirasa perlu meningkatkan kekuatan merek melalui ekuitas merek dan memberikan layanan yang terbaik sesuai dengan harapan yang diinginkan pelanggan. Namun dapat dilihat dari hasil pra survei kuesioner diperoleh data pada tabel berikut:

Tabel 1.1
Hasil Survei Awal Tingkat Ekuitas Merek

No	Pertanyaan	Setuju	Tidak Setuju	Responden
1	Ninja xpress merupakan merek yang tidak asing di benak saya.	8	12	20
2	Lokasi Ninja xpress strategis	14	6	20
3	Ninja xpress memberikan jasa pelayanan yang berkualitas	7	13	20
4	Merek Ninja xpress layak direkomendasikan kepada orang lain	9	11	20

Sumber : Kuesioner pra survei

Berdasarkan hasil pra survei 1.1 dapat disimpulkan rata-rata responden memilih tidak setuju. Setiap harinya perusahaan selalu berupaya melakukan perbaikan, salah satu upaya yang dilakukan perusahaan dalam menciptakan persepsi pelanggan adalah dengan menggunakan strategi *branding*. Akan tetapi masih banyaknya masyarakat yang belum mengetahui adanya jasa pengiriman Ninja xpress pada cabang cimincrang. Selain ekuitas merek yang dipandang masih belum dikenal luas oleh masyarakat, terdapat permasalahan pada kualitas pelayanan yang dianggap kurang baik. Dapat dilihat dari hasil pra survei kuesioner diperoleh data pada Tabel berikut:

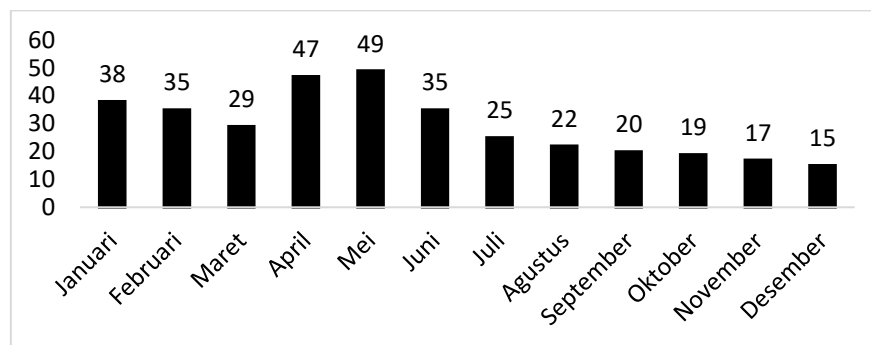
Tabel 1.2
Hasil Survei Awal Tingkat Kualitas Pelayanan

No	Pertanyaan	Setuju	Tidak Setuju	Responden
1	Peralatan dan perlengkapan yang digunakan mendukung pelayanan	16	4	20
2	Pegawai dapat merespon dengan baik apa yang menjadi keluhan pelanggan	7	13	20
3	Pegawai mampu menangani keluhan pelanggan dengan baik	9	11	20
4	Pegawai memberikan pelayanan yang maksimal kepada pelanggan	5	15	20
5	Perusahaan dapat menjamin keamanan terhadap barang yang dikirim	12	8	20

Sumber : Kuesioner pra survei

Namun dilihat pada Tabel 1.2 diperoleh bahwa kondisi kualitas pelayanan di Ninja xpress cabang cimincrang belum sesuai dengan harapan pelanggan, hal ini dapat dilihat dari rata-rata responden yang memilih tidak setuju pada pertanyaan tersebut. Upaya yang dilakukan perusahaan yaitu dengan menyediakan fasilitas yang nyaman untuk konsumen seperti ruang tunggu pada saat terjadinya antrean

transaksi dan masih banyak lagi lalu memberikan *training* dan motivasi kerja kepada karyawan. Akan tetapi masih banyak pelanggan yang merasa kecewa terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan.



Gambar 1.1
Diagram jumlah pelanggan Ninja xpress cabang cimincrang 2019

Berdasarkan grafik di atas dapat disimpulkan bahwa hasil dari jumlah pelanggan selama 2019 belum mampu memenuhi harapan yang diinginkan perusahaan, hal ini karena terjadinya pemindahan lokasi dari tempat sebelumnya ketempat yang sekarang di Cluster Myhome Block F 29, ini mengindikasikan terjadinya fluktuatif pada jumlah pelanggan di Ninja Xpress Cabang Cimincrang.

Upaya yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dengan cara meningkatkan ekuitas merek dan kualitas pelayanan, perusahaan berharap dengan meningkatkan ekuitas merek dan kualitas pelayanan dapat memberikan efek kepada pelanggan guna melakukan pembelian dalam jangka panjang sehingga menimbulkan loyalitas pada pelanggan.

Berdasarkan permasalahan yang terjadi seperti di atas maka peneliti mengangkatnya ke dalam penulisan skripsi dengan judul **“Pengaruh Ekuitas Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Ninja Xpress Cabang Cimincrang”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Rendahnya tingkat loyalitas pelanggan di Ninja xpress cabang cimincrang.
2. Kualitas pelayanan Ninja xpress cabang cimincrang masih belum sesuai dengan yang diharapkan pelanggan.
3. Pandangan masyarakat belum banyak yang mengetahui perusahaan jasa pengiriman Ninja xpress cabang cimincrang.

1.3 Batasan Masalah

Dilihat dari identifikasi masalah mengenai dimensi permasalahan yang begitu luas, maka peneliti memandang perlu memberi batasan masalah secara jelas. Penelitian ini dibatasi dengan hanya meneliti Ekuitas Merek dan Kualitas Pelayanan yang mempengaruhi tingkat Loyalitas Pelanggan Ninja xpress cabang cimincrang.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas dapat diidentifikasi terdapat beberapa masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Ekuitas Merek di Ninja xpress cabang cimincrang ?
2. Bagaimana Kualitas Pelayanan di Ninja xpress cabang cimincrang ?
3. Bagaimana Loyalitas Pelanggan di Ninja xpress cabang cimincrang ?
4. Seberapa besar pengaruh Ekuitas Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas baik secara parsial maupun simultan pada Pelanggan di Ninja xpress cabang cimincrang ?

1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data-data dan informasi mengenai ekuitas merek dan kualitas pelayanan agar dapat mengetahui sejauh mana perannya terhadap loyalitas pelanggan.

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Mendeskripsikan dan menganalisis ekuitas merek terhadap Ninja Xpress Cabang Cimincrang.
2. Mendeskripsikan dan menganalisis kualitas pelayanan terhadap Ninja Xpress Cabang Cimincrang.
3. Mendeskripsikan dan menganalisis loyalitas pelanggan terhadap Ninja Xpress Cabang Cimincrang.
4. Mengukur seberapa besar pengaruh ekuitas merek dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas baik secara parsial maupun simultan pada pelanggan Ninja Xpress Cabang Cimincrang.

1.6 Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan Teoritis

Hasil yang didapatkan dari penelitian ini peneliti harap dapat digunakan sebagai tambahan referensi dalam bidang Manajemen Pemasaran, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memperkuat teori-teori untuk penelitian sejenis di masa yang akan datang khususnya tentang teori pengaruh ekuitas merek dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan.

b. Kegunaan Praktis

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perusahaan, untuk mengetahui tentang pengaruh ekuitas merek dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada perusahaan. Kemudian data dari variabel-variabel penelitian tersebut, dapat dijadikan sebagai bahan informasi bagi pimpinan perusahaan dalam pengambilan keputusan.

2. Bagi Masyarakat Umum

Hasil penelitian ini dapat memberikan *input* data sebagai rujukan untuk melakukan penelitian lebih lanjut sehingga dapat diperoleh suatu hasil penelitian yang komprehensif dan mendalam dibidang manajemen pemasaran.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

a. Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan dengan objek observasi pada pelanggan Ninja Xpress Cabang Cimincrang.

b. Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada semester Genap tahun ajaran 2020 yaitu antara bulan Februari 2020 sampai bulan Juli 2020.

NO	Jenis Kegiatan	Feb-20				Maret-20				Apr-20				Mei-20				Juni-20				Juli-20			
		Minggu ke				Minggu ke				Minggu ke				Minggu ke				Minggu ke							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pra Penelitian a.Penentuan Objek Penelitian b.Survey c.Penyebaran Kuisisioner d.Pengelolaan data kuisisioner pra survei	■	■	■	■					■	■	■	■					■	■	■	■				
2	Pelaksanaan a.Pengumpulan data b.Proses bimbingan c.Pengelolaan data					■	■			■	■	■	■	■	■	■	■								
3	Penyusunan a.Pengelolaan data b.Pengetikian data c.Pengadaan laporan penelitian													■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■