

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Masyarakat umum sudah tidak asing lagi mendengar peningkatan kompetisi usaha dalam bidang usaha ekspedisi. Untuk itu, perusahaan ekspedisi berusaha semaksimal mungkin untuk memperoleh pelanggan sebanyak mungkin dan agar mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan ekspedisi lainnya. Selain itu, perusahaan juga mengusahakan agar dapat dikenal oleh masyarakat luas dan membuat masyarakat tertarik menggunakan jasa perusahaan juga menjadi tujuan sebuah perusahaan dibangun.

Berbagai upaya dilakukan oleh perusahaan dalam mempertahankan pelanggan seperti dengan meningkatkan performa pelayanan karena pelanggan merupakan sebuah aset penting bagi perusahaan dalam mendapatkan keuntungan atau yang biasa dikenal dengan kata *profit*. Persaingan usaha dalam bidang ekspedisi menjadi sesuatu yang tidak terelakkan, mengingat semakin banyak dan bertambah perusahaan dibidang tersebut dari tahun ke tahun membuat perusahaan berlomba-lomba untuk menarik konsumen atau pelanggan untuk setia dengan perusahaan.

Banyaknya perusahaan yang mengandalkan kepercayaan dari pelanggan, membangun citra perusahaan yang baik di pandangan publik, dan memberikan kesan pengalaman yang baik untuk menarik loyalitas kosumen supaya dapat secara terus menerus memakai jasa yang perusahaan tawarkan. Banyak juga

perusahaan yang menilai dengan banyaknya konsumen adalah sebagai jaminan dari keberhasilan suatu perusahaan.

Umumnya, kepercayaan dari pelanggan dibutuhkan oleh perusahaan karena dengan tertanamnya kepercayaan oleh pelanggan kepada perusahaan, maka secara otomatis pelanggan memiliki impresi yang baik dan akan merekomendasikan perusahaan kepada orang lain dan kenalannya. Untuk mendapatkan kepercayaan dari pelanggan, perlu juga diikuti dengan pelayanan yang bagus dan memadai dari perusahaan. Membuat pelanggan percaya kepada perusahaan merupakan sesuatu yang tidak mudah dilakukan mengingat hal-hal yang tidak terduga dapat muncul sewaktu-waktu dalam operasional perusahaan yang menyebabkan perusahaan tidak dapat memenuhi harapan pelanggan.

Citra perusahaan dapat terbentuk melalui penilaian pelanggan tentang perusahaan saat mendengarkan *feedback* ataupun rekomendasi mengenai pelayanan yang ditawarkan perusahaan. Jika citra perusahaan di mata publik dan pelanggan bagus dan baik, maka akan lebih mudah memperoleh loyalitas dari pelanggan. Jadi, untuk menciptakan loyalitas dari pelanggan, perusahaan harus menciptakan strategi dan kinerja yang baik.

Pengalaman pelanggan atau *customer experience* terbentuk karena pernah menggunakan jasa sebuah perusahaan sehingga terbentuklah impresi mengenai perusahaan tersebut. Pengalaman dapat menjadi baik ataupun buruk tergantung dari pelayanan yang diberikan perusahaan kepada pelanggan pada saat itu.

PT Armada Lintas Samudra merupakan sebuah perusahaan yang berlokasi di Ruko Golden Gate Blok F No. 06, Sei Jodoh (Samping DC mall), Batu Selicin, Kec. Lubuk Baja, Kota Batam, Kepulauan Riau yang bergerak dibidang ekspedisi atau *freight forwarding*. PT Armada Lintas Samudra menawarkan jasa pengiriman domestik maupun internasional melalui darat, laut, dan udara dengan berbagai jenis barang dari ukuran yang kecil sampai dengan yang besar. PT Armada Lintas Samudra berupaya untuk memberikan suatu fasilitas dan pelayanan sebaik mungkin agar perusahaan dapat berkesan bagi konsumen yang telah menggunakan jasa PT Armada Lintas Samudra.

Dalam operasinya, PT Armada Lintas Samudra juga dipengaruhi oleh kepercayaan, citra perusahaan, dan *customer experience* untuk membentuk loyalitas pelanggan. Yang dimaksud dari loyalitas pelanggan yaitu rasa sikap setia pada seseorang pada jasa atau barang tertentu (Maulana Ardhiansyah, Nurjaya, 2022).

Adapun faktor yang memberikan pengaruh pada loyalitas pelanggan ialah kepercayaan. Kepercayaan dimiliki pada saat keyakinan salah satu pihak pada saat menjalin kerja sama yang memiliki integritas serta dapat diandalkan (Sari & Yasa, 2020: 23). Kepercayaan dari pelanggan mampu didapati oleh perusahaan dengan melihat perasaan puas pada konsumen dengan layanan perusahaan dan akan kembali menggunakan jasa perusahaan di kemudian hari atau seterusnya.

Permasalahan yang timbul dari segi kepercayaan adalah ditemukan bahwa kurangnya kepercayaan oleh pelanggan di PT Armada Lintas Samudra karena

waktu dalam penerimaan barang tidak sesuai dengan yang telah dijanjikan sebelumnya.

**Tabel 1. 1** Data Loyalitas Pelanggan PT. Armada Lintas Samudra Tahun 2022

No.	Bulan	Total
1	Januari 2022	20
2	Februari 2022	20
3	Maret 2022	28
4	April 2022	20
5	Mei 2022	21
6	Juni 2022	22
7	Juli 2022	21
8	Agustus 2022	26
9	September 2022	19
<b>Jumlah</b>		<b>197</b>

**Sumber:** Data PT Armada Lintas Samudra, 2022

Faktor lainnya yang mempengaruhi loyalitas pelanggan terhadap perusahaan adalah citra perusahaan. Citra perusahaan termasuk tanggapan dari seseorang sesuai pada pandangan dan pemahamannya tentang suatu perusahaan (Subagiyo & Budiman, 2019). Dengan terbangunnya citra perusahaan yang baik dimata masyarakat, maka perusahaan menjadi lebih mudah untuk dikenal melalui berbagai macam media dan orang-orang pun berkemungkinan besar merekomendasikan perusahaan kepada orang atau perusahaan yang sedang mencari jasa ekspedisi. Permasalahan yang timbul dari segi citra perusahaan adalah terdapat penurunan karena jumlah pelanggan yang juga menurun.

*Customer experience* atau biasanya disebut sebagai pengalaman pelanggan juga menjadi faktor yang berpengaruh pada loyalitas pelanggan. Yang dimaksud

dari *customer experience* ialah suatu keadaan atau peristiwa yang telah terjadi dan dialami seseorang sebagai tanggapan dari perangsang tertentu (Rizka Anisa & Oktini, 2020). Dari segi *customer experience*, ditemukan bahwa beberapa pelanggan memiliki pengalaman yang kurang baik pada saat pelanggan meminta penawaran harga (*quotation*) kepada perusahaan. Lambatnya respon dari karyawan dalam memberikan harga menjadi salah satu faktor yang memicu permasalahan ini terjadi. Faktor ini dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan karena baik buruknya pengalaman yang diberikan perusahaan kepada pelanggan akan menjadi penilaian kedepannya oleh pelanggan dan calon pelanggan yang akan memakai jasa perusahaan.

Dalam tabel 1.1 menunjukkan data pelanggan yang loyal terhadap PT Armada Lintas Samudra pada tahun 2022. Dapat dilihat bahwa jumlah pelanggan yang loyal dengan perusahaan mengalami kenaikan dan penurunan. Hal tersebut dapat terjadi karena kurangnya kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan, citra perusahaan yang menurun, serta kurang baiknya pengalaman pelanggan (*customer experience*).

Sesuai pada penjelasan latar belakang diatas, penulis memiliki maksud untuk melakukan riset dengan judul **“Pengaruh Kepercayaan, Citra Perusahaan, dan *Customer Experience* Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Armada Lintas Samudra”**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti menyimpulkan beberapa permasalahan yang dihadapi PT Armada Lintas Samudra berdasarkan bukti dan

kebenaran yang bersumber dari perusahaan itu sendiri. Peneliti akan mengidentifikasi masalah-masalah penelitian yang dihadapi oleh PT Armada Lintas Samudra antara lain sebagai berikut.

1. Perusahaan kurang mendapatkan kepercayaan dari pelanggan karena keterlambatan pengiriman dari waktu yang telah dijanjikan.
2. Jumlah pelanggan yang mengalami penurunan.
3. Lambatnya respon karyawan pada saat pelanggan meminta penawaran harga memberi pengaruh pada pengalaman pelanggan atau *customer experience*.

### **1.3 Batasan Masalah**

Agar riset menjadi lebih tertuju dan untuk menghindari pembahasan penelitian yang lebih luas, sehingga dalam penelitian ini peneliti hanya berfokus pada satu variabel dependen yakni loyalitas pelanggan (Y) dan tiga variabel independen yakni kepercayaan (X1), citra perusahaan (X2), dan *customer experience* (X3). Responden pada riset ini ialah konsumen loyal yang telah menggunakan jasa layanan PT Armada Lintas Samudra.

### **1.4 Rumusan Masalah**

Dari penjelasan identifikasi masalah, sehingga adapun rumusan masalah pada riset ini diantaranya:

1. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PT Armada Lintas Samudra di Kota Batam?
2. Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PT Armada Lintas Samudra di Kota Batam?

3. Apakah *customer experience* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PT Armada Lintas Samudra di Kota Batam?
4. Apakah kepercayaan, citra perusahaan, dan *customer experience* berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Armada Lintas Samudra di Kota Batam?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berlandaskan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijelaskan diatas, sehingga tujuan dari riset ini diantaranya:

1. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Armada Lintas Samudra di Kota Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Armada Lintas Samudra di Kota Batam.
3. Untuk mengetahui pengaruh *customer experience* terhadap loyalitas pelanggan pada PT Armada Lintas Samudra di Kota Batam.
4. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, citra perusahaan, dan *customer experience* secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Armada Lintas Samudra di Kota Batam.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Hasil dari pelaksanaan riset pasti memiliki hasil yang berguna untuk berbagai jenis pihak. Dan adapun kegunaan yang didapatkan dalam melaksanakan riset ini dapat diperhatikan sesuai dua aspek ini, diantaranya:

#### **1.6.1 Manfaat Teoritis**

Dalam aspek teoritis, manfaat dari riset ini yaitu:

- a. Mendapatkan jawaban dari rumusan masalah tentang pengaruh kepercayaan, citra perusahaan, dan *customer experience* terhadap loyalitas pelanggan.
- b. Teori yang telah ada diperkuat atau memberikan tambahan pada konsep yang telah ada.
- c. Pembuktian dari hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yang memiliki hubungan dengan variabel kepercayaan, citra perusahaan, dan *customer experience* serta pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan.
- d. Untuk menambah wawasan bagi peneliti mengenai pengaruh kepercayaan, citra perusahaan, dan *customer experience* pada loyalitas pelanggan.
- e. Membagikan saran ke para pembaca sebagai paham dalam melakukan pertimbangan supaya hasil kajian dapat sempurna.

### **1.6.2 Manfaat Praktis**

Dalam segi praktis, manfaat dari riset ini, diantaranya:

1. Bagi penulis, hasil dari riset ini agar bisa memperluas wawasan serta mempraktikkan ilmu yang selama ini dipelajari dalam perkuliahan.
2. Bagi perusahaan (PT Armada Lintas Samudra), hasil riset ini mampu dipakai sebagai saran untuk PT Armada Lintas Samudra untuk melakukan peningkatan dalam kepercayaan pelanggan, memperbaiki citra perusahaan, dan memberikan performa kerja

yang terbaik guna untuk memberikan kesan atau pengalaman yang baik pada pelanggan.

3. Bagi institusi (Universitas Putera Batam), diharapkan dari hasil riset ini dapat memberikan manfaat pada masa mendatang terutama dalam pemberian tambahan mengenai saran atau masukan, informasi yang mungkin dapat berguna untuk Universitas Putera Batam.
4. Bagi peneliti berikutnya, diharapkan hasil ini bisa dijadikan sebagai landasan untuk melakukan pengembangan lebih lanjut terhadap riset yang sejenis.