

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi, persaingan bisnis semakin ketat, terutama di sektor jasa seperti logistik. Keberhasilan perusahaan logistik tidak hanya tergantung pada kemampuan mereka untuk mengelola distribusi dan pengiriman barang secara efisien, tetapi juga pada bagaimana mereka membangun hubungan positif dengan pelanggan melalui pengalaman yang memuaskan.

PT Leffindo Jaya Logistic merupakan PT yang bergerak dibidang jasa pengangkutan anak ayam (DOC) dan pengiriman paket, Untuk anak ayam yang dikirimkan diangkut dari Buton Pekanbaru menuju Batam, Tanjung Pinang dan Tanjung Balai Karimun, dan dari Batam menuju Tanjung Pinang dan Tanjung Balai Karimun sedangkan untuk barang paket/ kargo dari Tanjung Pinang menuju Buton Pekanbaru dan Tanjung Balai menuju Tanjung pinang dan Buton Pekanbaru. Oleh karena itu, faktor-faktor seperti *Word of mouth*, daya tarik, dan citra merek memiliki peran penting dalam memengaruhi kepuasan pelanggan di PT Leffindo Jaya Logistic. Berikut adalah beberapa penjelasan mengenai pengaruh masing-masing faktor tersebut:

"*Word of Mouth*" adalah proses di mana pelanggan berbagi pengalaman, ulasan, dan pendapat mereka tentang suatu merek atau perusahaan dengan orang lain. WOM memiliki pengaruh yang kuat dalam membentuk persepsi pelanggan terhadap perusahaan, karena informasi yang diberikan berasal dari sumber yang dianggap dapat dipercaya oleh calon pelanggan. Ulasan positif dari WOM dapat

meningkatkan minat calon pelanggan untuk menggunakan layanan PT Leffindo Jaya Logistic, sementara ulasan negatif dapat berdampak negatif pada citra merek dan mempengaruhi kepuasan pelanggan (Asrialdhuha & Gani, 2023: 1058).

Word of Mouth atau informasi yang disampaikan dari mulut ke mulut antara individu, telah menjadi elemen krusial dalam pengambilan keputusan pelanggan (Arbi Alizar et al., 2022). Konsumen sering kali lebih cenderung mempercayai rekomendasi dari teman, keluarga, atau rekan mereka daripada iklan atau promosi perusahaan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam tentang bagaimana WOM dapat memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan di PT Leffindo Jaya Logistic.

Kota Batam, sebagai pusat industri dan perdagangan memiliki tingkat persaingan yang tinggi di sektor logistik. Kualitas layanan dan kepuasan pelanggan menjadi faktor utama yang membedakan perusahaan logistik satu dengan yang lainnya. Dalam konteks ini, WOM menjadi jembatan penting untuk membangun reputasi positif dan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Apakah pelanggan merasa puas atau tidak dengan layanan yang diberikan akan memengaruhi bagaimana mereka berbicara tentang perusahaan kepada orang lain.

Kompetensi dan keprofesionalan staf yang memberikan layanan. Daya Tarik: Dalam konteks logistik, daya tarik dapat diartikan sebagai keunikan atau keunggulan perusahaan yang membuatnya menonjol di antara pesaing. Beberapa faktor daya tarik yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan meliputi: Inovasi dalam teknologi logistik yang meningkatkan efisiensi dan pengalaman pelanggan.

Beragamnya pilihan layanan dan solusi logistik yang disediakan (Supriadi Siagian & Mita, 2022).

Daya tarik produk atau layanan mengacu pada fitur-fitur atau elemen yang menarik bagi pelanggan, sehingga membuat mereka tertarik untuk menggunakan produk atau layanan perusahaan. Ini bisa termasuk inovasi produk, harga yang kompetitif, promosi menarik, atau manfaat unik yang ditawarkan. Harga yang kompetitif dan penawaran khusus bagi pelanggan setia. Kemampuan PT Leffindo Jaya Logistic untuk menyesuaikan diri dengan kebutuhan khusus pelanggan.

Daya tarik pada PT Leffindo Jaya Logistic berpengaruh sangat besar bagi kepuasan pelanggan dikarenakan apabila PT Leffindo Jaya Logistic memiliki daya tarik seperti iklan dan promosi yang baik, dan bermanfaat serta menarik membuat pelanggan menjadi semakin tertarik dan mendapat rasa puas dengan jasa yang ditawarkan oleh PT Leffindo Jaya Logistic.

Citra merek adalah bagaimana PT Leffindo Jaya Logistic dipandang oleh pelanggan dan pemangku kepentingan lainnya (Santiago, 2019). Citra merek yang positif dapat membantu membangun kepercayaan, meningkatkan kesetiaan pelanggan dan menciptakan kesan positif tentang perusahaan. Beberapa aspek yang dapat mempengaruhi citra merek perusahaan adalah reputasi perusahaan dalam industri logistik. Hubungan yang baik dengan pelanggan dan kemitraan yang kuat dengan pemasok. Komitmen perusahaan terhadap kualitas, layanan dan keberlanjutan. Keberhasilan perusahaan dalam menyelesaikan masalah dan memberikan solusi bagi pelanggan (Maharani et al., 2020).

Citra merek adalah persepsi dan persepsi pelanggan tentang merek perusahaan. Citra merek yang kuat dapat mempengaruhi persepsi pelanggan tentang kualitas, keandalan dan reputasi perusahaan. citra merek yang positif juga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. itra merek PT Leffindo Jaya Logistic yang terletak di Kota Batam sangatlah penting karena dengan adanya citra merek Positif perusahaan PT Leffindo Jaya Logistic yang terletak di kota Batam maka akan menimbulkan respon yang sangat berpengaruh kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan mengacu pada tingkat kepuasan dan kebahagiaan pelanggan dengan pengalaman mereka dalam berinteraksi dengan perusahaan atau menggunakan produk dan layanan perusahaan. Kepuasan pelanggan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan dan dampak pada citra merek perusahaan dapat disimpulkan bahwa word of mouth, daya tarik dan citra merek mempengaruhi kepuasan pelanggan PT Leffindo Jaya Logistic.

Dari pemahaman latar belakang diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan Judul **“PENGARUH *WORD OF MOUTH*, *DAYA TARIK* DAN *CITRA MEREK* TERHADAP *KEPUASAN PELANGGAN* PT *LEFFINDO JAYA LOGISTIC* DI *KOTA BATAM*”**.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Adanya kata kata yang kurang meyakinkan antar pelanggan terhadap jasa yang ditawarkan PT Leffindo Jaya Logistic.
2. Kurangnya minat dari pelanggan atas jasa yang ditawarkan oleh PT Leffindo Jaya Logistic.

3. Minat Pengguna jasa yang masih kurang terhadap PT Leffindo Jaya Logistic karena belum terlalu dikenal.
4. Kepuasan pelanggan PT Leffindo Jaya Logistic yang dipengaruhi oleh *Word of mouth*, Daya tarik, dan Citra merek.

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini bahwasannya penulis menaruh batas masalahnya menjadi tiga variabel bebas (independen), yaitu *Word of Mouth* (X1), Daya Tarik (X2) dan Citra Merek (X3), serta variabel terikat (dependen), yaitu Kepuasan Pelanggan (Y).

1.4 Rumusan Masalah

Adanya rumusan masalahnya dalam penelitian ini ialah:

1. Apakah *word of mouth* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT Leffindo Jaya Logistic di Kota Batam?
2. Apakah daya tarik berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT Leffindo Jaya Logistic di Kota Batam?
3. Apakah citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT Leffindo Jaya Logistic di Kota Batam?
4. Apakah *word of mouth*, daya tarik dan citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT Leffindo Jaya Logistic di Kota Batam?

1.5 Tujuan Penelitian

Adanya maksud dari penelitian ini ialah:

1. Untuk mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh *word of mouth* terhadap kepuasan pelanggan PT Leffindo Jaya Logistic di Kota Batam.

2. Untuk mengevaluasi pengaruh daya tarik terhadap kepuasan pelanggan PT Leffindo Jaya Logistic di Kota Batam.
3. Untuk menganalisis pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan PT Leffindo Jaya Logistic.pelanggan pada PT Leffindo Jaya Logistic di Kota Batam.
4. Untuk menganalisis *word of mouth*, daya tarik dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan PT Leffindo Jaya Logistic di Kota Batam.

1.6 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini, PT Leffindo Jaya Logistic dapat memahami lebih baik tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan mereka dan mengidentifikasi area di mana perusahaan dapat melakukan perbaikan. Hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bagi perusahaan untuk mengembangkan strategi yang lebih baik dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan mempertahankan posisi mereka dalam persaingan di industri ekspedisi DOC.

1.6.1 Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris yang dapat digunakan sebagai dasar ilmiah di masa depan, terutama dalam mengkaji hubungan antara *word of mouth*, daya tarik, citra merek terhadap kepuasan pelanggan pada PT Leffindo Jaya Logistic. Hasil penelitian ini dapat menjadi kontribusi dalam memperluas pemahaman dan pengetahuan tentang faktor-faktor yang memengaruhi Kepuasan Pelanggan.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan yang lebih mendalam dan wawasan yang lebih baik tentang kepuasan pelanggan yang

dipengaruhi oleh *word of mouth*, daya tarik, dan citra merek. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor ini, dapat membantu pengambilan keputusan yang lebih efektif dalam merancang strategi pemasaran dan memperbaiki kualitas layanan.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, masukan, yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi kekurangan yang ada dan sebagai bahan pertimbangan dalam kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, sehingga perusahaan dapat meningkatkan perkataan yang baik, daya tarik, dan citra merek agar pelanggan puas dengan jasa yang ditawarkan.
2. Bagi Universitas Putera Batam, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi panduan dan tambahan informasi bagi mahasiswa, khususnya dalam fakultas ilmu sosial dan humaniora, yang tertarik untuk melakukan penelitian selanjutnya di bidang ini. Hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan dan memperluas pengetahuan dalam bidang ini.
3. Bagi peneliti, hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan pengetahuan dalam mengenai hubungan antara pengaruh *word of mouth*, daya tarik dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada perkembangan pengetahuan dan teori dalam bidang ini.

4. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan referensi yang berguna untuk penelitian selanjutnya di bidang ini. Temuan dan metodologi penelitian ini dapat menjadi landasan teoritis dan praktis bagi penelitian masa depan yang berfokus pada topik yang serupa.