

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring Berkembangnya bisnis online di zaman modern saat ini, Perkembangan sector jasa menjadi sangatlah cepat, bahkan jasa merupakan bagian terbesar dari perekonomian sekarang . Perusahaan manufaktur kini telah menyadari perlunya unsur jasa pada produknya sebagai upaya peningkatan keunggulan bisnis yang kompetitif , implikasi penting dari fenomena ini adalah makin tinggi tingkat persaingan,sehingga diperlukan manajemen pemasaran jasa yang berbeda. Dengan berkembangnya bisnis perdagangan yang mendorong para pelaku bisnis agar bisa menyalurkan produknya kepada para konsumen, terlebih adanya dari didukungnya dunia internet yang sudah menjadi bagian terpenting dari kehidupan orang banyak , maka bertumbuh dan pesatnya pula bisnis-bisnis yang ditawarkan melalui media online.

Seperti Jalur Nugraha Ekakurir atau biasa disebut dengan JNE merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa pengiriman logistic yang berpusat di Jakarta. Dibawah nama resmi yang berlabel Tiki Jalur Nugraha Ekakurir adalah perusahaan pengiriman terbesar di Indonesia. Perusahaan ini pertama kali didirikan pada Tanggal 26 November 1990 dengan nama Tiki Jalur Nugraha Ekakurir oleh Soeprapto Suparno. Pada awal berdirinya, perusahaan ini didirikan sebagai perintis salah satu divisi dari PT Citra Van Titipan Kilat (TiKi).Tiki sendiri merupakan perusahaan Internasional.

Pelaku bisnis online menggunakan jasa pengiriman untuk disetiap wilayah, diantaranya macam jasa pengiriman yaitu seperti JNE (Jalur Nugraha Eka kurir), J&T, Tiki dan masih banyak lagi jasa pengiriman yang memudahkan konsumen untuk memesan dan sebagai jasa pengiriman dalam belanja media online.dan salah satunya adalah JNE yang sudah lama menjadi kepercayaan konsumen .tidak hanya itu JNE juga memperkenalkan citra perusahaanya, citra perusahaan dapat dijelaskan sebagi pemahaman konsumen mengenai perusahaan secara keseluruhan, kepercayaan konsumen terhadap perusahaan dan bagaimana pandangan konsumen tentang perusahaan. citra perusahaanya sendiri, apalagi sudah dikenal banyak konsumen yang menggunakan jasa pengiriman JNE, dengan kepercayaan konsumen yang menggunakan jasa pengiriman JNE yang sudah dikenal banyak konsumen membuat citra perusahaan semakin baik. Citra perusahaan menurut Kotler dan Keller (2013:274), yaitu Citra merupakan seperangkat keyakinan ide, dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu objek, Sedangkan menurut Gregory (2013:63),yaitu citra merupakan kombinasi dampak terhadap observer dari semua komponen-komponen verbal maupun visual perusahaan baik yang direncanakan ataupun tidak atau dari pengaruh eksternal lainnya.

Erna Ferrinadewi (2013:153) menjelaskan alur kepercayaan konsumen pada merek, dimana janji kinerja merek berpengaruh terhadap harapan konsumen sehingga menghasilkan kepercayaan dan tidak percaya pada merek. Kepercayaan terhadap merek terbentuk dari pengalaman masa lalu dan interaksi sebelumnya. Suatu pengalaman

konsumsi dapat didefinisikan sebagai kesadaran dan perasaan yang dialami konsumen selama pemakaian produk atau jasa (Sunarto, 2010:236). Sedangkan Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2014:177).

Alasan dalam pemilihan Jasa Pengiriman JNE ini adalah dengan Nama Merek JNE yang sudah tersebar diberbagai Wilayah dan tidak hanya itu JNE memiliki banyak Cabang dan agen-agen yang tersebar dan bisa mempermudah Proses Pengiriman barang ,sehingga menjadi pilihan tersendiri untuk konsumen memilih jasa pengiriman JNE.

Tabel 1.1

TOP BRAND INDEX

Jasa Kurir di Indonesia Tahun 2018 dan 2019

BRAND	TOP BRAND INDONESIA	
	2018	2019
JNE	45.0%	26.4%
J&T	13.9%	20.3%
TIKI	13.6%	12.6%
POS INDONESIA	11.6%	5.4%
DHL	3.5%	3.8%

Sumber: <https://www.topbrand-award.com>

Berdasarkan data tersebut terlihat bahwa JNE dari tahun 2018 dan 2019 masih berada di urutan 1 perusahaan yang menyediakan jasa kurir dengan Presentase 45.0% dan 26.4%. Meskipun di tahun 2019 mengalami sedikit Penurunan akan tetapi jasa pengiriman JNE tetap menjadi Kepercayaan Tersendiri oleh banyak Konsumen yang menggunakan Jasa Pengiriman JNE.

Untuk mengetahui bagaimana citra perusahaan dan kepercayaan merek terhadap kepuasan konsumen yang memakai jasa pengiriman JNE, maka dari itu . Berdasarkan Uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**PENGARUH CORPORATE IMAGE DAN BRAND TRUST TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN JASA PENGIRIMAN JNE**”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian Latar Belakang masalah yang dikemukakan diatas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *Corporate Image* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Jasa Pengiriman JNE?
2. Apakah *Brand Trust* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Jasa Pengiriman JNE?
3. Apakah Variabel *Corporate Image* dan *Brand Trust* berpengaruh secara Simultan (bersama-sama) terhadap kepuasan konsumen pada Jasa Pengiriman JNE?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka peneliti bertujuan untuk meneliti sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui *Corporate Image* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Jasa Pengiriman JNE.
2. Untuk Mengetahui *Brand Trust* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Jasa Pengiriman JNE.
3. Untuk Mengatahui *Corporate Image* dan *Brand Trust* berpengaruh secara Simultan terhadap kepuasan konsumen pada Jasa Pengiriman JNE.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Bagi Akademis

Semoga Penelitian ini dapat bermanfaat dan dijadikan sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya dan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memajukan pengembangan ilmu pengetahuan khususnya mengenai manajemen pemasaran di Universitas Islam Majapahit.

2. Manfaat Bagi Peneliti

Untuk memperoleh pengetahuan serta penerapan ilmu-ilmu yang diperolehnya selama di bangku perkuliahan terutama dibidang Manajemen Pemasaran.

3. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai *Corporate Image* dan *Brand Trust* terhadap Kepuasan konsumen pada jasa pengiriman JNE.

4. Manfaat Bagi Praktisi

Bagi Perusahaan, Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan menjadi bahan informasi tambahan dan dapat sebagai bahan pertimbangan bagi PT.JNE untuk lebih memahami sejauh mana peranan Citra Perusahaan dan Kepercayaan Merek terhadap Kepuasan konsumen menggunakan jasa pengiriman JNE.