

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

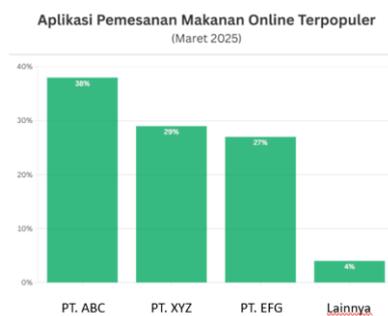
Perubahan teknologi digital di Indonesia telah meningkatkan transformasi signifikan pada perilaku konsumsi masyarakat, termasuk dalam hal kemudahan pemenuhan kebutuhan pangan mereka. Salah satu bentuk kemudahan tersebut yaitu layanan pemesanan makanan melalui *online* yang semakin diminati banyak masyarakat modern, terutama di era digital yang mendorong perubahan perilaku konsumen ke arah digitalisasi. Menurut Astuti & Anggresta (2022) Faktor utama yang menyebabkan hal ini adalah akses internet yang gampang dan bisa dilakukan kapan dan di mana pun . Pada tahun 2020, bisnis layanan pengantaran makanan menunjukkan perkembangan yang terus meningkat (Adolph, 2016). Peningkatan ini terjadi disebabkan adanya pandemi Covid-19 yang menyebabkan layanan tersebut semakin banyak diminati oleh Masyarakat. Fenomena ini membuat perusahaan pendatang baru seperti PT. XYZ untuk ekspansi di layanan antar makanan yaitu PT. XYZ.

Menurut Rahmi (2021) PT. XYZ adalah layanan pengantaran makanan yang tersedia melalui aplikasi PT. XYZ. PT. XYZ ialah platform *e-commerce* yang berdiri pada tahun 2015 dan telah berkembang pesat di Asia Tenggara, salah satunya Indonesia. PT. XYZ menyediakan berbagai layanan, mulai dari belanja *online* untuk produk fisik hingga layanan pengantaran makanan melalui PT. XYZ. Layanan PT. XYZ ini mulai diperkenalkan pada April 2020 sebagai respons terhadap kebutuhan masyarakat akan layanan pengantaran makanan yang praktis, terutama selama pandemi COVID-19 yang membatasi mobilitas Masyarakat. PT. XYZ merupakan salah satu fitur baru dari PT. XYZ, sebuah platform *e-commerce* ternama, yang memberikan kemudahan bagi pengguna untuk memesan makanan dan minuman secara daring (Vania & Simbolon, 2021).

PT. XYZ banyak digunakan oleh pengguna memilih dari ratusan ribu pilihan *merchant* makanan yang tersedia. PT. XYZ juga sering memberikan program diskon dan gratis ongkir untuk para pelanggannya. PT. XYZ

memberikan pengguna kemudahan pemesanan makanan di berbagai restoran dan kedai dengan mudah melalui aplikasi.

Pengguna dapat memilih restoran, melihat menu, dan melakukan pembayaran secara *online*. Pada awalnya, layanan ini hanya menyediakan makanan beku dan minuman ringan, tetapi seiring waktu, PT. XYZ telah memperluas jangkauan layanannya dengan menggandeng berbagai mitra restoran untuk menawarkan pilihan makanan yang lebih beragam. Meski PT. XYZ menawarkan banyak promo dan kemudahan, berbagai tantangan mulai muncul, khususnya terkait persaingan dengan perusahaan besar yang serupa seperti PT. ABC dan PT. EFG yang mendominasi layanan antar makanan di Indonesia pada kualitas pelayanan dan kecepatan pengiriman yang terjadi saat di lapangan. Berikut adalah data kategori aplikasi pemesanan makanan *online* terpopuler.



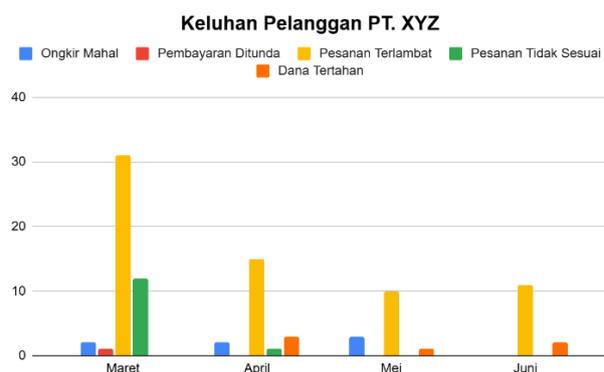
Gambar 1. 1 Statistik Aplikasi Pemesanan Makanan *Online* Terpopuler

Sumber: (Baihaqi, 2025)

Berdasarkan data pada Maret 2025, meskipun PT. ABC mendominasi pasar sebagai aplikasi pemesanan makanan online dengan persentase pengguna tertinggi sebesar 38%, PT. XYZ juga menunjukkan tingkat popularitas yang signifikan di kalangan masyarakat. Dengan capaian sebesar 29%, PT. XYZ menjadi pilihan utama kedua, hanya terpaut sedikit dari PT. ABC. Hal ini menunjukkan bahwa PT. XYZ mampu menarik minat pengguna secara luas dan menjadi pesaing kuat di industri layanan pesan-antar makanan, bersanding ketat dengan platform-platform besar lainnya.

Menurut Nasyidah (2022) kualitas pelayanan diartikan sebagai Kualitas layanan yang diberikan oleh sebuah perusahaan yaitu untuk memenuhi

kebutuhan dan keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan bukan hanya dilihat dari hasil akhir yang diterima pelanggan, tetapi juga mencakup proses penyampaian layanan tersebut. Sedangkan Menurut Febriani (2024) kecepatan pengiriman didefinisikan sebagai sebuah faktor yang paling utama dalam kualitas pelayanan yang secara langsung memengaruhi kepuasan pelanggan. Kecepatan pengiriman merujuk pada kemampuan perusahaan ekspedisi dalam mengantarkan barang hingga ke tujuan sesuai dengan waktu yang telah dijanjikan kepada pelanggan. Dalam konteks ini, aspek kecepatan tidak hanya mencakup lamanya waktu pengiriman, tetapi juga ketepatan waktu (*on time delivery*) sesuai estimasi yang diinformasikan kepada pelanggan saat transaksi. Hal ini menjadi krusial karena pelanggan menilai kinerja perusahaan berdasarkan keandalan waktu pengiriman barang mereka. Jika pengiriman dilakukan tepat waktu dibandingkan waktu yang telah ditentukan, maka pelanggan akan merasa puas, yang pada gilirannya memperkuat loyalitas mereka terhadap jasa ekspedisi tersebut. Menurut Tjiptono dalam Maharani (2024) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai situasi di mana pelanggan menyadari bahwa apa yang mereka butuhkan dan inginkan telah terpenuhi sesuai ekspektasi mereka. Di tengah persaingan ketat dengan berbagai platform lain, PT. XYZ berusaha untuk meningkatkan kualitas layanan agar dapat menarik dan mempertahankan pelanggan. Berikut adalah data keluhan pelanggan PT. XYZ.



Gambar 1. 2 Keluhan Pelanggan PT. XYZ
(Sumber: Hasil Pengolahan Data Peneliti, 2025)

Berdasarkan survei dan ulasan dari pengguna, terdapat banyak keluhan terkait dengan lambatnya pengiriman dan Kualitas Pesanan yang tidak sesuai,

yang menunjukkan bahwa perusahaan juga perlu melakukan perbaikan terhadap penyebab ini untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Meskipun PT. XYZ telah mendapatkan popularitas yang signifikan, beberapa masalah perlu diperhatikan agar perusahaan tidak memiliki citra buruk di masyarakat. Tetapi Menurut Penelitian Riska Ariyani (2022) menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. XYZ. Selain itu juga Menurut Fransiska (2021) mengungkapkan kualitas pelayanan tidak ada pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. XYZ, yang secara tidak langsung juga berkaitan dengan kepuasan pelanggan. Sedangkan menurut Rahman (2023) bahwa kualitas layanan berdampak terhadap kepuasan pelanggan PT. XYZ. Kajian Oktavia & Hasanah (2022) memang telah mengkaji pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen PT. XYZ di Kota Malang, namun belum memasukkan variabel kecepatan pengiriman yang menjadi faktor dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Meskipun terdapat beberapa kajian mengungkapkan bahwa terdapat pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. XYZ, namun disisi lain juga terdapat penelitian yang mengungkapkan bahwa tidak ada pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. XYZ. Hal ini yang menjadi kesenjangan penelitian (*research gap*), dan juga belum ada penelitian yang secara spesifik mengkaji pengaruh kecepatan pengiriman terhadap kepuasan pelanggan PT. XYZ di Kota Malang. Padahal, kecepatan pengiriman menjadi faktor paling utama dalam membuat konsumen untuk memesan makanan melalui aplikasi. Mayoritas penelitian sebelumnya fokus pada kualitas pelayanan secara umum tanpa mengidentifikasi dimensi-dimensi spesifik yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Padahal, pemahaman tentang dimensi kualitas pelayanan yang paling berpengaruh dapat membantu PT. XYZ untuk mengalokasikan sumber daya secara lebih efektif dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Masih kecil penelitian yang menganalisis pengaruh simultan antara kualitas pelayanan dan kecepatan pengiriman terhadap kepuasan pelanggan PT. XYZ.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kecepatan pengiriman terhadap kepuasan pelanggan PT. XYZ di Kota Malang. Akhirnya, penelitian ini diusahakan bisa memberikan kontribusi bagi keperluan akademik terkait kepuasan pelanggan pada konteks layanan makanan *online*. Dengan mengkaji pengaruh antara kualitas pelayanan, kecepatan pengiriman, dan kepuasan pelanggan, hasil penelitian ini akan menjadi literatur penting bagi mahasiswa lain yang ingin meneliti terkait variabel tersebut dan praktisi di bidang manajemen layanan.

Dari latar belakang yang telah dijabarkan dan berdasarkan informasi tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian guna meneliti sejauh mana **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kecepatan Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. XYZ Di Kota Malang.**

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah kecepatan pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan?
3. Apakah kualitas pelayanan dan kecepatan pengiriman secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT. XYZ di Kota Malang.
2. Mengetahui pengaruh kecepatan pengiriman terhadap kepuasan pelanggan PT. XYZ di Kota Malang.
3. Mengetahui Pengaruh antara kualitas pelayanan dan kecepatan pengiriman terhadap kepuasan pelanggan PT. XYZ di Kota Malang.

1.4 Batasan Penelitian

Batasan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Penelitian ini akan difokuskan pada pengguna PT. XYZ yang berlokasi di wilayah Kota Malang.
2. Responden yang di observasi adalah yang telah menggunakan layanan PT. XYZ.
3. Variabel yang diteliti adalah kualitas pelayanan, kecepatan pengiriman, dan kepuasan pelanggan.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Bagi Masyarakat atau Instansi Terkait

Manfaat penelitian bagi masyarakat atau instansi terkait adalah sebagai berikut.

1. Penelitian ini dapat memberikan informasi kepada masyarakat mengenai pentingnya kualitas pelayanan dan kecepatan pengiriman dalam layanan pengantaran makanan, sehingga mereka dapat memilih layanan yang lebih baik.
2. Hasil penelitian dapat digunakan oleh PT. XYZ untuk mengidentifikasi area perbaikan dalam layanan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas.

1.5.2 Bagi ITN Malang

Manfaat penelitian bagi ITN Malang adalah sebagai berikut.

1. Hasil penelitian dapat membuka peluang kerjasama antara kampus dan industri terkait, khususnya dalam bidang pengembangan pendidikan contohnya, industri PT. XYZ memberikan seminar tentang bagaimana dunia *e-commerce*.
2. Dengan melakukan penelitian yang relevan dan bermanfaat, ITN dapat meningkatkan reputasi akademisnya sebagai institusi yang peduli terhadap kepuasan pelanggan yaitu mahasiswa.

1.5.3 Bagi Mahasiswa

Manfaat penelitian bagi mahasiswa adalah sebagai berikut.

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa yang ingin mengembangkan penelitian dalam bidang manajemen pemasaran dan layanan, serta memberikan wawasan tentang praktik terbaik dalam industri pengantaran makanan.

1.6 Definisi Operasional

Definisi operasional terkait dengan variabel dan istilah yang digunakan dalam penelitian ini.

1.6.1 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan tingkat pelayanan yang dirasakan pelanggan terhadap aspek-aspek pelayanan yang diberikan oleh *driver*, termasuk keramahan *driver*, responsivitas terhadap keluhan, dan komunikasi yang jelas. Menurut Tjiptono dalam penelitian (Rahman et al., 2023), untuk mengukur dimensi kualitas pelayanan yaitu:

- a) Keandalan (*Reliability*): Kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara akurat dan konsisten. Dalam konteks PT. XYZ, ini mencakup akurasi dalam pemesanan.
- b) Daya Tanggap (*Responsiveness*): Kemampuan dan kesiapan karyawan dalam membantu pelanggan. Ini penting untuk menangani pertanyaan dan keluhan pelanggan dengan cepat.
- c) Jaminan (*Assurance*): Pengetahuan dan kesopanan serta kemampuan *driver* untuk memberikan kepercayaan kepada pelanggan dengan memberikan pesanan yang diterima sesuai dengan ekspektasi mereka.
- d) Empati (*Empathy*): Perhatian yang diberikan *driver* kepada pelanggan, termasuk kemampuan untuk memahami kebutuhan dan keinginan mereka.
- e) Bukti Fisik (*Tangibles*): Aspek fisik dari layanan, seperti tampilan pesanan makanan pada aplikasi, kebersihan restoran, dan kualitas kemasan makanan.

1.6.2 Kecepatan Pengiriman

Kecepatan Pengiriman merupakan waktu yang dibutuhkan dari saat pemesanan hingga makanan diterima oleh pelanggan. Kecepatan pengiriman diukur berdasarkan waktu rata-rata pengantaran yang tercatat dalam sistem. Menurut Shintia Juniariska (2020) Ketepatan Waktu adalah “pelayanan yang secara tepat waktu sesuai jadwal yang telah ditentukan untuk penyampaian barang kepada para pelanggan”. Indikator nya adalah :

- a) Ketepatan waktu kedatangan: barang yang telah dikirim sesuai jadwal yang telah ditentukan.
- b) Ketepatan waktu pengiriman: pengiriman produk yang akan dikirim dari resto yang dipesan sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan.

1.6.3 Kepuasan Pelanggan

Tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan setelah menggunakan layanan PT. XYZ, yang diukur melalui kuesioner dengan skala Likert untuk menilai pengalaman keseluruhan mereka. Menurut Indrasari dalam penelitian (Azis, 2020), metode yang diaplikasikan untuk menilai kepuasan pelanggan mencakup berikut:

- a) Kesesuaian harapan: Meskipun pengukuran kepuasan secara langsung tidak mungkin dilakukan, namun ada kemungkinan untuk menentukan apakah ekspektasi konsumen sejalan dengan kinerja bisnis atau tidak.
- b) Minat berkunjung Kembali: Menanyakan kepada klien apakah mereka ingin menggunakan layanan perusahaan lagi adalah salah satu cara untuk mengukur tingkat kepuasan mereka.
- c) Kesiediaan merekomendasikan: Metode efektif untuk menilai kepuasan pelanggan dengan mengevaluasi kemungkinan mereka memberikan rekomendasi produk atau layanan kepada individu lain.