

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan

PT Angkut Teknologi Indonesia atau Deliveroo adalah penyedia jasa logistik yang mengirimkan barang dengan harga terjangkau dan transparan dengan pengiriman jarak pendek, menengah dan panjang ke kota-kota besar di Jawa dan Sumatera, dipimpin oleh Tom Kim sebagai CEO dan pendiri Deliveroo (Deliveroo, 2023). Didirikan pada tahun 2015, Deliveroo melayani berbagai industri dalam negeri, perusahaan, UKM, dan bahkan individu untuk memenuhi kebutuhan pengangkutan logistik, dan Deliveroo memiliki misi untuk melawan inefisiensi dan biaya logistik yang tidak perlu selama bertahun-tahun di pasar logistik Indonesia (Disnakerja, 2022). Dengan menggabungkan banyak perusahaan pengiriman di bawah pasarnya, Deliveroo mampu menjaga harga serendah mungkin dan menjadikannya harga resmi di dalam aplikasi, dan kini Deliveroo sudah beroperasi di beberapa negara yaitu Indonesia, Filipina dan Thailand (Deliveroo, 2023).


Platform Deliveroo terdiri dari lebih dari 30.000 truk dan ribuan pesanan harian di seluruh Indonesia. Volume yang tinggi ini memungkinkan Deliveroo untuk memilih penawaran terendah dari pemasok truk dan menawarkan harga terendah kepada pelanggan (Deliveroo, 2023). Selain itu, berat dan ukuran maksimum barang yang dikirim oleh Deliveroo memiliki batasan tersendiri untuk setiap jenis mobil yang tersedia, dan biaya tambahan lainnya terjadi jika pengguna menggunakan layanan tambahan seperti bantuan pengemudi atau layanan derek (Dailysocial.id, 2023). Layanan ini tersedia dalam satu aplikasi, yaitu aplikasi Deliveroo, yang dapat diunduh pada *smartphone* baik dari Google Play Store maupun App Store. Berikut Gambar 1.1 adalah data yang menjelaskan jumlah pemasangan Deliveroo.



Gambar 1. 1 Jumlah Installasi dan Rating Aplikasi Deliverree

Sumber : Deliverree, 2023.

Gambar 1.1 menjelaskan bahwa 2.5 juta orang telah memasang layanan ini pada *smartphone*. Sementara aplikasi Deliverree menerima peringkat 4.7/5 di Play Store, aplikasi Deliverree menerima peringkat 4.5/5 di Apple Store (Deliverree, 2023). Deliverree kemudian menawarkan layanan yang terjangkau dengan sistem harga tetap, yaitu. membayar satu biaya untuk jenis layanan yang dipilih dan barang tiba tanpa biaya dasar lainnya (Deliverree, 2023). Layanan ini pada dasarnya adalah FTL atau *Full Truck Load* yang memungkinkan pelanggan untuk memaksimalkan kapasitas kendaraan tanpa mengkhawatirkan muatan pengguna lain dengan total 11 kendaraan yang dapat dipilih pelanggan antara kendaraan Ekonomi dan Tronton (Deliverree, 2023). Pengiriman ini juga menggunakan sistem *point-to-point* atau sistem *door-to-door* dimana pelanggan tidak lagi harus membawa barangnya ke kantor sebelum dikirim (Deliverree, 2023). Deliverree saat ini telah beroperasi di tiga negara di kawasan Asia Tenggara, yaitu Indonesia, Thailand, dan Filipina (di Filipina, dikenal dengan nama brand Transportify). Di Indonesia, Deliverree memiliki kantor yang tersebar di tiga kota besar di Pulau Jawa, yaitu Jakarta, Bandung, dan Surabaya (Deliverree, 2023). Deliverree memiliki berbagai macam jenis armada, hal ini dapat disesuaikan dengan kebutuhan konsumen (Deliverree, 2023). Gambar 1.2 berikut menunjukkan kendaraan yang berbeda untuk pengiriman barang melalui jasa pengiriman.

Armada	Kapasitas	Ukuran
 Tronton Box	15.000 kg	L: 9.5 m W: 2.4 m H: 2.4 m
 Fuso Box	8.000 kg	L: 5.7 m W: 2.3 m H: 2.2 m
 CDD Long	5.000 kg	L: 5.0 m W: 2.0 m H: 2.0 m
 Engkel Box atau Engkel Bak	2.200 kg	L: 3.1 m W: 1.7 m H: 1.7 m
 Pickup	800 kg	L: 2.0 m W: 1.56 m H: 1.2 m
 Van	720 kg	L: 2.2 m W: 1.35 m H: 1.30 m
 Ekonomi	200 kg	L: 1.35 m W: 0.9 m H: 0.8 m

Gambar 1. 2 Macam-Macam Armada pada Deliverree

Sumber : Deliverree, 2023.

Gambar 1.2 menunjukkan bahwa Deliverree memiliki jenis armada yang berbeda dan juga menawarkan berbagai kendaraan lain dengan kapasitas yang berbeda (Deliverree, 2023). Armada Deliverree bervariasi mulai dari mobil kecil hingga Tronton seperti Pick up, Engkel dan Fuso, sehingga pelanggan dapat menentukan armadanya berdasarkan jumlah barang yang akan dikirimkan (Deliverree, 2023). Deliverree didukung dengan lebih dari 25.000 armada berbagai ukuran yang tersebar di Pulau Jawa dan sebagian Sumatra (Deliverree, 2023). Deliverree pertama kali dikenal sebagai penyedia layanan logistik yang menawarkan beragam pilihan armada. Saat ini, Deliverree juga menyediakan layanan pengiriman kargo antarkota dengan sistem *Full Truck Load* (FTL) pada

tahun 2018 dan Deliveree menawarkan pilihan armada yang meliputi Fuso, Double Engkel Long (CDD Long), Double Engkel, Engkel Box, serta armada lainnya seperti box kecil dan van (Deliverree, 2023). Deliverree telah meluncurkan layanan FTL antarkota ke 23 kota di seluruh Pulau Jawa dengan harga tetap yang mencakup semua biaya dasar terbaik di Indonesia (Deliverree, 2023).

Pada bulan September 2021, Deliverree memperkenalkan layanan *Less Than Truckload* (LTL), yang dikenal sebagai layanan Muat Sebagian (Deliverree, 2023). Layanan ini memungkinkan pengguna untuk mengirim barang berukuran sedang dan besar dengan menggabungkan pengiriman dari beberapa pelanggan hingga mencapai kapasitas optimal truk (Deliverree, 2023). Salah satu keunggulan layanan LTL Deliverree adalah efisiensi rute yang membuat pengiriman menjadi lebih cepat, hanya memakan waktu satu hari di seluruh Jawa (Deliverree, 2023). Pada bulan November 2021, Deliverree juga melakukan ekspansi area penjemputan kargo ke Kendal, Demak, Ungaran, Salatiga, Semarang, dan Purwodadi (Kedungsepur) dengan area tujuan pengiriman ke seluruh Jawa dan Sumatra (Deliverree, 2023).

Kinerja perusahaan memiliki signifikansi yang besar dalam mencapai keberhasilan dan keunggulan kompetitif di industri logistik (Japarianto, 2018). Pelayanan pengiriman Deliverree dengan tepat waktu, karena keberhasilan dalam mengirim barang sesuai dengan jadwal yang ditentukan akan membangun kepercayaan pelanggan dan memenuhi ekspektasi pelanggan Deliverree terhadap pengiriman (Deliverree, 2023). Dengan memberikan pelayanan yang berkualitas, Deliverree dapat unggul dari para pesaing dan menciptakan nilai tambah bagi pelanggan, yang pada akhirnya akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat posisi perusahaan Deliverree di pasar logistik sesuai dengan visi dari Deliverree (Deliverree, 2023).

1.1.2 Logo Perusahaan

Deliverree merupakan perusahaan logistik yang mengadopsi teknologi, memiliki logo yang menjadi identitas perusahaan (Everpro, 2022). Logo tersebut merangkum nilai-nilai perusahaan, mencerminkan kemajuan teknologi yang diterapkan, atau mencerminkan karakteristik unik dari layanan pengiriman Deliverree (Everpro, 2022). Melalui logo, Deliverree dapat membangun citra merek yang kuat dan membedakan diri mereka dari pesaing di pasar logistic (Deliverree, 2023). Gambar 1.3 berikut adalah logo dari layanan Deliverree.



Gambar 1. 3 Logo Deliverree

Sumber : Deliverree, 2023.

Gambar 1.3 menampilkan logo Deliverree, yang secara visual mengkomunikasikan keterkaitan perusahaan dengan layanan pengangkutan dan pengiriman barang (Everpro, 2022). Logo ini menggambarkan penggunaan warna hijau dan kuning, yang dapat mengandung makna. Warna hijau sering dikaitkan dengan konsep keberlanjutan dan ramah lingkungan, mungkin mengindikasikan komitmen Deliverree terhadap praktik bisnis yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan, sedangkan warna kuning sering dikaitkan dengan keceriaan, energi, dan optimisme, mungkin menggambarkan semangat dan komitmen Deliverree dalam menyediakan pelayanan terbaik kepada pelanggan mereka dengan harga yang terjangkau (Everpro, 2022).

Dengan menggabungkan elemen-elemen ini, logo Deliverree memberikan representasi visual yang kuat dari komitmen perusahaan terhadap pengiriman barang yang efisien, ramah lingkungan, dan pelayanan yang berkualitas (Deliverree, 2023). Logo tersebut dapat memberikan kesan kepada pelanggan bahwa Deliverree adalah pilihan yang tepat untuk kebutuhan logistik mereka, dengan jaminan layanan terbaik dan harga yang kompetitif (Everpro, 2022).

1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan

Menurut Deliverree (2023), PT Angkut Teknologi Indonesia atau Deliverree memiliki visi dan misi yaitu:

a Visi

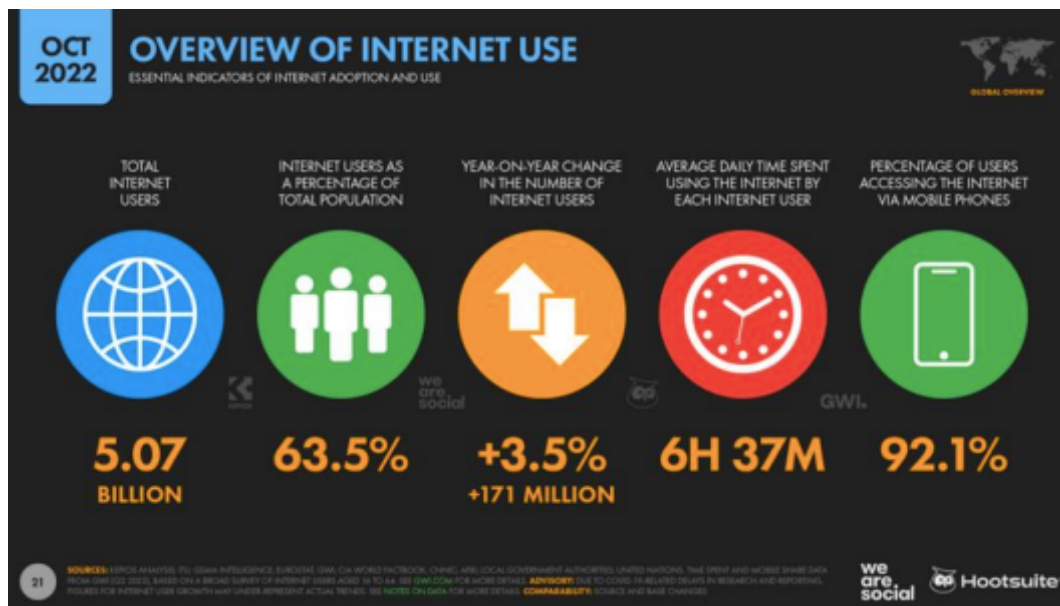
Deliverree menjadi solusi bagi seluruh kebutuhan logistik bisnis yaitu sebagai perusahaan logistic dengan meningkatkan kualitas pelayanan jasa pengiriman barang, kargo dan muatan.

b Misi

Memerangi inefisiensi selama bertahun-tahun dan biaya logistik yang tidak perlu di pasar logistik Indonesia.

1.2 Latar Belakang Penelitian

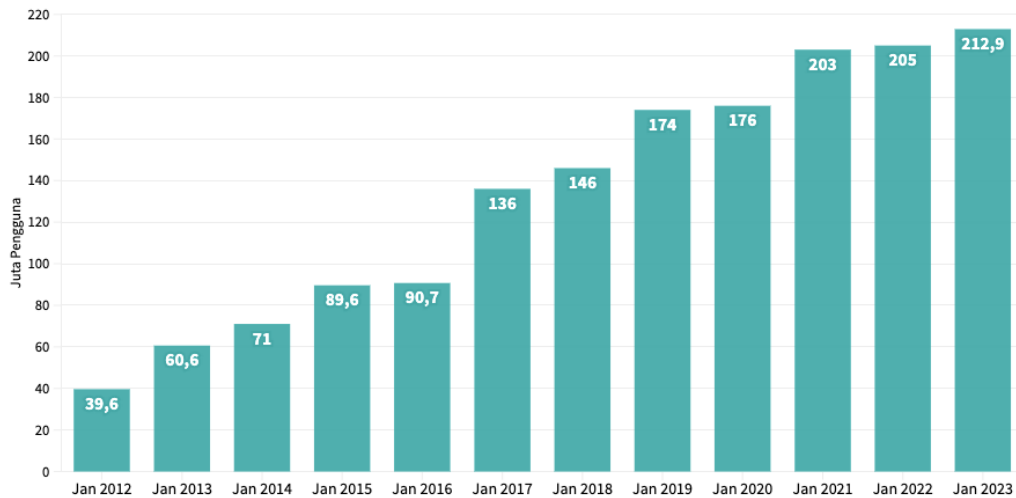
Banyaknya pengguna internet dipengaruhi oleh perkembangan teknologi dan hal ini mempengaruhi kebutuhan seluruh masyarakat internet dalam kehidupan sehari-hari (Sholeh dan Huda, 2019). Perkembangan teknologi semakin meningkat dari waktu ke waktu dan manfaat teknologi mempengaruhi hampir semua bidang kehidupan (Riyanto, 2021). Seiring kemajuan teknologi, beberapa sektor mulai menerapkan teknologi informasi pada industrinya, seperti *e-commerce* dan industri yang menjual produk dan jasanya melalui media sosial *online* (Astuti, 2020). Perkembangan teknologi saat ini di dunia memiliki dampak besar terhadap bisnis dan aktivitas sehari-hari (Uzir et al., (2021). Gambar 1.4 berikut menunjukkan penggunaan internet di dunia.



Gambar 1. 4 Data Penggunaan Internet di Dunia

Sumber : Kempff, 2022.

Gambar 1.4 menunjukkan bahwa tahun 2022 mencapai 5,07 miliar orang atau sekitar 63,5 persen dari populasi dunia, kemudian dibandingkan tahun lalu jumlah orang yang menggunakan internet meningkat sekitar 3,5 persen atau tidak kurang dari 171 juta (Kempff, 2022). Rata-rata pengguna internet menghabiskan sekitar 6 jam 37 menit sehari (Kempff, 2022). Di era globalisasi, teknologi yang terus berkembang semakin memudahkan kehidupan manusia (Kempff, 2022). Salah satu hal yang memfasilitasi kegiatan masyarakat adalah pemenuhan kebutuhan masyarakat (Kempff, 2022). Indonesia merupakan salah satu negara yang paling banyak menggunakan teknologi internet karena teknologi terus berkembang dan masyarakat Indonesia sering menggunakan internet dalam kehidupan sehari-hari (Eril, 2019). Berikut Gambar 1.5 perkembangan pengguna internet di Indonesia.






Gambar 1. 5 Pengguna Internet di Indonesia Januari 2012 – Januari 2023

Sumber : Data Indonesia, 2023.

Gambar 1.5 menjelaskan bahwa dalam 12 tahun terakhir, jumlah pengguna internet di Indonesia adalah 212,9 juta pada Januari 2023, yang berarti sekitar 77% penduduk Indonesia menggunakan Internet, dan jumlah pengguna Internet pada Januari 2023 adalah 3,85% lebih tinggi dari tahun lalu dan per Januari 2022, terdapat 205 juta pengguna internet di Indonesia (data Indonesia, 2023). Meluasnya penggunaan Internet dan perkembangan teknologi secara signifikan mempengaruhi industri logistik (Riyanto, 2021). Dengan perkembangan teknologi dan internet, munculnya perusahaan teknologi logistik dan digitalisasi proses bisnis, inovasi dalam layanan logistik terus berkembang (Riyanto, 2021).

Di Indonesia transportasi dapat dijadikan sebagai solusi transportasi (Rohman dan Abdul, 2020). Dalam kaitan ini, peran jasa transportasi semakin dibutuhkan baik angkutan penumpang maupun angkutan barang di seluruh Indonesia (Rohman dan Abdul, 2020). Dalam hal ini pengiriman barang secara *online* sangat menguntungkan masyarakat dalam hal mobilitas pengangkutan barang (Rohman dan Abdul, 2020). Pengiriman *online* memiliki lebih banyak ruang untuk inovasi dalam memberikan layanan pengiriman yang memuaskan (Rohman dan Abdul, 2020). Dengan adanya pertumbuhan bisnis di Indonesia, yang mendorong permintaan akan layanan pengiriman yang lebih baik (Uzir at al., 2019). Gambar 1.6 berikut adalah layanan pengiriman logistik di Indonesia.

Kategori					
Penghasilan & bonus	3★	2★	2★	1★	1★
Banyak jenis kendaraan	3★	2★	1★	1★	2★
Area layanan	2★	2★	2★	3★	1★
Syarat & cara daftar	3★	3★	3★	3★	3★
Poin total	11👍	9	8	8	6

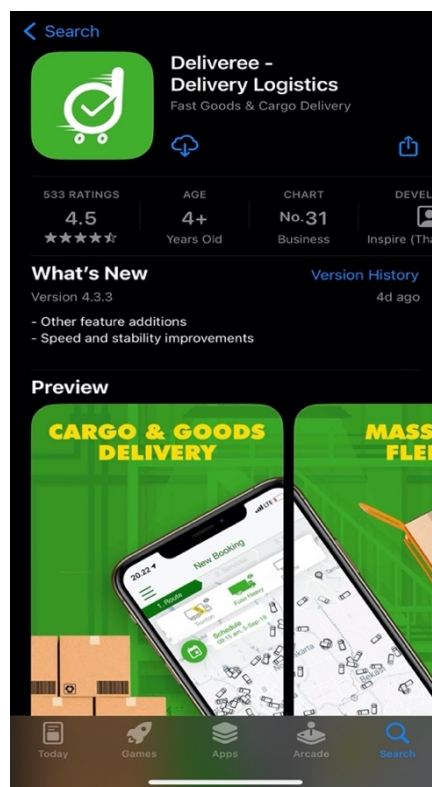
Gambar 1. 6 Jasa Layanan Pengiriman Barang Logistik di Indonesia

Sumber : Muljana, 2023.

Gambar 1.6 adalah jasa pengiriman logistik di Indonesia, urutan pertama diisi oleh Deliverree, kemudian urutan kedua adalah Lalamove, kemudian urutan ketiga adalah Maxim, kemudian urutan keempat adalah Kururio, dan urutan terakhir adalah Anterin (Muljana, 2023). Layanan logistik atau layanan pengiriman barang kini menjadi permintaan yang semakin penting, banyak proses jual beli digital berkontribusi pada kesuksesan bisnis ini, layanan logistik kini semakin terintegrasi melalui aplikasi dan situs web cerdas digital yang memfasilitasi konsumen (Japariato, 2018). Deliverree adalah perusahaan logistik pihak ketiga yang menggunakan teknologi pemasaran untuk menghubungkan pelanggan dan pengemudi truk untuk melakukan pengiriman atau pengangkutan barang dan kargo (Deliverree, 2023). Pada tahun 2015, layanan logistik *on-demand* Deliverree memperluas operasinya ke pasar Indonesia, Deliverree Indonesia merupakan layanan logistik dan pengiriman yang menghubungkan mitra pengemudi profesional dengan konsumen, baik individu maupun bisnis (Deliverree, 2023). Deliverree saat ini beroperasi di tiga negara yaitu Indonesia, Filipina dan Thailand (Deliverree, 2023). Di Indonesia, Deliverree memiliki kantor yang tersebar di tiga kota besar di Pulau Jawa, yaitu Jakarta, Bandung, dan Surabaya (Deliverree, 2023).

Dalam hal ini pengiriman barang secara *online* sangat bermanfaat bagi masyarakat dalam pergerakan barang, maka dari itu diperlukannya jasa pengiriman barang yang efektif dan efisien (Rohman & Abdul, 2020). Dalam jasa distribusi logistik, komponen jasa pengiriman merupakan bagian penting dari kepuasan

pelanggan secara keseluruhan, namun kurir yang mengantarkan barang pesanan ke rumah pelanggan biasanya menghadapi berbagai tantangan, seperti ketidaksesuaian pelanggan, alamat pelanggan yang salah, waktu tunggu yang lama, dan lain-lain (Uzir et al., 2021). Penyedia layanan distribusi harus memenuhi harapan pelanggan dalam hal pengiriman tepat waktu, penanganan khusus produk yang mudah rusak, interaksi yang menyenangkan dengan personel pengiriman, instruksi dan dokumentasi yang tepat, dan kenyamanan (Uzir et al., 2021). Dari sudut pandang keberhasilan bisnis semacam itu, efektivitas personel layanan pengiriman dalam menjembatani kesenjangan antara harapan pelanggan dan kemampuan pengiriman layanan aktual perusahaan sangat penting untuk kepuasan pelanggan (Kim, 2021). Terlihat bahwa Deliverree memiliki posisi yang lebih baik dibandingkan dengan aplikasi Lalamove (Muljana, 2023). Posisi tersebut tidak berbanding lurus dengan persepsi masyarakat terhadap rating aplikasi di Apps Store dan Playstore, dimana aplikasi Deliverree memiliki rating 4,5 (Apps Store, 2023). Hal ini dapat dilihat pada Gambar 1.7 yang menunjukkan bahwa Deliverree memiliki rating 4.5 di Apps Store.



Gambar 1. 7 Rating aplikasi Deliverree

Sumber : Apps Store, 2023

Gambar 1.7 menjelaskan bahwa aplikasi Deliverree mendapatkan rating 4.5 dari total poin 5 (Apps Store, 2023). Adanya persaingan dalam industri pengiriman dan logistik, fenomena ini mencakup persaingan yang semakin ketat di industri pengiriman dan logistik, di mana banyak perusahaan berlomba-lomba untuk mendapatkan dan mempertahankan pelanggan. Meningkatnya persaingan ini dapat mempengaruhi cara Deliverree Indonesia mengelola kualitas layanan untuk membangun loyalitas yang kuat (Uzir et al., 2019). Rating 4.5 ini dipengaruhi oleh beberapa keluhan di kolom ratings dan review pada apps store, Deliverree masih mendapatkan keluhan dari para penggunanya karena tidak merasakan kepuasan pada dirinya. Berikut Tabel 1.1 merupakan keluhan dari pengguna aplikasi logistik Deliverree.

Tabel 1. 1 Keluhan Kualitas Layanan Pengguna Deliverree

No	Keluhan Pengguna, Nama pengguna dan Tanggal keluhan	Rating
1	<i>I ordered less truck load for 3 tes already and all being reject or even cancelled by the driver. If your service is not ready, they don't open the route or less truck load. Wasting time!!!</i> Yoskur – 19 Februari 2023	1/5
2	Aplikasi butut sering double booking. Mending pake Lalamove aja Hokage – 20 Januari 2023	1/5
3	4 pesanan order kirim dibatalkan karena tidak ada pengendara, aneh berarti tidak siap setiap saat Cgaridina – 29 November 2022	1/5
4	Nunggu sampe 17.00 gaada hasilnya Knshslg – 25 November 2022	1/5

No	Keluhan Pengguna, Nama pengguna dan Tanggal keluhan	Rating
5	Pesan mobil double engkle, barang saya rusak semua. Dan yang paling parahnya mobilnya penuh oli. Ia2909 – 18 Agustus 2022	1/5
6	Sudah jadi langganan sejak 2 tahun yang lalu, tapi sekarang ini lebih buruk, pesan driver sudah 24 jam pesan berkali-kali tidak ada driver Ririnbis – 19 Juli 2022	1/5

Sumber : Data yang diolah, 2023.

Tabel 1.1 menjelaskan tentang keluhan terkait kualitas layanan penyedia layanan dan ketidakpuasan terhadap layanan yang diberikan (Apps Store, 2023). Salah satu isu yang muncul adalah kualitas layanan yang diberikan oleh Deliverree Indonesia. Jika pelanggan mengalami masalah seperti keterlambatan pengiriman, kerusakan barang, atau kurangnya responsivitas dari tim layanan pelanggan, hal ini dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan (Uzir et al., 2019). Jika keluhan kualitas layanan tidak diperbaiki, maka akan mempengaruhi kepuasan, tingkat kepercayaan pelanggan dan nilai yang dirasakan pelanggan (Istiana, 2021). Situasi persaingan bisnis layanan *online* saat ini membuat setiap perusahaan selalu menerapkan strategi yang berbeda untuk meningkatkan kualitas layanan (Widodo & Atmojo, 2022). Jika masalah kualitas layanan ini tidak segera diatasi, dapat menurunkan kepuasan pelanggan terhadap layanan Deliverree, yang dikhawatirkan pada akhirnya menyebabkan pengguna beralih ke layanan lain (Widodo dan Atmojo, 2022).

Kualitas layanan memengaruhi kepercayaan dalam industri layanan dan telah dicatat bahwa kepercayaan dianggap sebagai faktor penting dalam kualitas layanan (Rita et al., 2019). Kepuasan pelanggan bergantung pada kualitas layanan, nilai layanan yang dirasakan, dan kepercayaan pelanggan terhadap layanan tersebut (Uzir et al., 2021). Kualitas layanan dapat memiliki tiga hasil yang mungkin terkait dengan kepuasan pelanggan yaitu jika layanan tidak memenuhi harapan, pelanggan

tidak puas, dan jika layanan memenuhi harapan, pelanggan puas (Uzir et al., 2021). Nilai yang dirasakan pelanggan kemudian terbukti menjadi prediktor penting kepuasan pelanggan (Uzir et al., 2021). Kemudian, kepuasan pelanggan mengarah pada loyalitas pelanggan, dimana loyalitas pelanggan sangat bergantung pada bagaimana penyedia layanan memecahkan masalah pelanggan dan dengan cepat menjawab pertanyaan mereka (Venkatakrisnan et al., 2022). Loyalitas pelanggan dapat dipastikan melalui hubungan jangka panjang antara penyedia layanan dan pelanggan (Venkatakrisnan et al., 2022). Ketika pelanggan melihat bahwa penyedia layanan menawarkan layanan hanya untuk kebutuhan mereka, keakraban dan pertukaran meningkat, yang meningkatkan kepuasan dan loyalitas (Venkatakrisnan et al., 2022). Pada saat yang sama, diadukan bahwa itu adalah masalah dengan Deliverree, yang juga menurunkan peringkat aplikasi. Hal ini mempengaruhi loyalitas pelanggan karena ada pengalaman buruk saat menggunakan layanan Deliverree yang menyebabkan terjadinya pelanggan berpindah pada penyedia layanan yang lain (Uzir et al., 2021). Tabel 1.2 berikut adalah kompetitor Deliverree.

Tabel 1. 2 Rating Aplikasi Logistik di Indonesia

No	Aplikasi Logistik	Rating
1	Lalamove	4.7
2	Deliverree	4.5
3	Paxel	4.5
4	Anterinaja	4.2

Sumber : Data yang diolah, 2023.

Tabel 1.2 menjelaskan bahwa Deliverree menduduki diposisi kedua karena masih banyak keluhan dan ketidakpuasan terhadap layanannya dibandingkan dengan Lalamove yang lebih baik dari segi rating yang dicapai (Apps Store, 2023). Deliverree Indonesia menghadapi gejala-gejala loyalitas pelanggan yang rendah, seperti penurunan frekuensi penggunaan layanan, atau tingkat rating aplikasi yang rendah. Gejala-gejala ini dapat mengindikasikan bahwa ada faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas yang perlu diperbaiki.

Beberapa penelitian yang dilakukan oleh Uzir et al (2021) tentang kualitas layanan menunjukkan bahwa kualitas layanan, nilai yang dirasakan pelanggan, dan kepercayaan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan serta hubungan antara nilai yang dirasakan pelanggan dan kepuasan keduanya sebagian dimediasi oleh kepercayaan (Uzir et al., 2021). Kemudian, penelitian lain oleh Ma dan Kaplanidou (2019) menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara kualitas dan nilai yang dirasakan, dimana faktor kualitas layanan biasanya mempengaruhi niat perilaku penggemar di Taiwan (Ma dan Kaplanidou, 2019). Selanjutnya, penelitian Venkatakrishnan et al., (2022) menyatakan bahwa kualitas layanan berhubungan positif dengan kepuasan dan loyalitas pelanggan dan penelitiannya menunjukkan bahwa persepsi harga dan kepercayaan sangat penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kebaruan penelitian ini terletak pada fokusnya yang spesifik pada perusahaan logistik Deliverree, penggunaan kerangka konseptual yang terintegrasi, dan pemahaman yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Hal ini menjadi penting karena industri logistik terus mengalami perkembangan dan persaingan yang ketat, sehingga pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor tersebut menjadi krusial dalam mengembangkan strategi yang efektif untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan (Mansouri et al., 2022).

Penelitian ini memiliki signifikansi yang penting dalam industri logistik, terutama dalam konteks layanan pengiriman barang secara *online*. Kontribusinya terletak pada pemahaman teoritis yang lebih baik tentang faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan (Khalifa, 2019). Dengan menganalisis hubungan antara kualitas layanan, nilai yang dirasakan, kepercayaan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan, penelitian ini dapat memberikan wawasan berharga bagi perusahaan logistik seperti Deliverree, dalam mengoptimalkan strategi mereka untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Selain itu, penelitian ini relevan dengan konteks industri logistik di Indonesia yang berkembang pesat, dan dapat menjadi dasar untuk penelitian lebih lanjut tentang faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan di sektor logistic (Japariato, 2018). Dengan demikian,

penelitian ini memiliki implikasi praktis yang signifikan dan potensi untuk pengembangan penelitian lebih lanjut.

1.3 Perumusan Masalah

Peran jasa transportasi di Indonesia semakin penting, baik dalam angkutan penumpang maupun angkutan barang (Rohman dan Abdul, 2020). Pengiriman barang secara *online* telah memberikan keuntungan besar dalam mobilitas pengangkutan barang (Rohman dan Abdul, 2020). Saat ini, layanan logistik dan pengiriman barang menjadi kebutuhan yang semakin penting, terutama dengan meningkatnya proses jual beli digital yang sukses (Japariato, 2018). Layanan logistik semakin terintegrasi melalui aplikasi dan website, yang memudahkan konsumen dalam melakukan pemesanan. Salah satu layanan logistik terkemuka di Indonesia adalah Deliverree (Deliverree, 2023). Deliverree merupakan perusahaan logistik memberikan layanan pengiriman atau pengangkutan barang (Deliverree, 2023). Meskipun Deliverree menjadi yang terbaik dalam kategori tersebut, masih terdapat keluhan-keluhan dari pengguna terkait manajemen kualitas layanan (Apps Store, 2023). Pengiriman logistik terus berkembang dan menjadi lebih kompetitif, dengan tujuan untuk memastikan pengiriman yang cepat, lancar, dan efisien (Uzir et al., 2021). Pekerja pengiriman sering menghadapi berbagai tantangan, seperti ketidaklayakan kendaraan pengiriman, alamat pelanggan yang salah, waktu tunggu yang lama, dan kurangnya armada di beberapa kota (Uzir et al., 2021). Penyedia layanan pengiriman harus dapat memenuhi harapan pelanggan, termasuk pengiriman tepat waktu, penanganan produk yang mudah rusak, interaksi yang menyenangkan dengan personel pengiriman, instruksi dan dokumentasi yang tepat, serta kenyamanan lainnya (Uzir et al., 2021).

Kepuasan pelanggan bergantung pada kualitas layanan, nilai layanan yang dirasakan, dan kepercayaan pelanggan terhadap layanan tersebut (Uzir et al., 2021). Kemudian kepercayaan juga dianggap sebagai faktor penting kualitas layanan (Rita et al., 2019). Nilai yang dirasakan pelanggan kemudian disajikan sebagai prediktor signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Uzir et al., 2021). Nilai yang dirasakan dan kepercayaan saja tidak cukup untuk melakukan kembali pemesanan, karena itu

harus diubah terlebih dahulu menjadi perasaan atau kepuasan, yang pada gilirannya akan mendorong loyalitas (Assaker, 2020). Kemudian, menekankan peran kepercayaan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dan memfasilitasi terciptanya nilai (Kalia et al., 2021). Mengelola nilai yang dirasakan pelanggan dan kualitas layanan penting untuk mempertahankan loyalitas pelanggan (Slack dan Singh, 2020). Dalam penelitian ini, menganalisis faktor apa saja yang memiliki pengaruh terbesar terhadap kepuasan pelanggan sehingga terciptanya loyalitas pelanggan.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berikut rumusan pertanyaan penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada Deliveree Indonesia?
2. Apakah nilai yang dirasakan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada Deliveree Indonesia?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada Deliveree Indonesia?
4. Apakah kualitas layanan yang dimediasi kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada Deliveree Indonesia?
5. Apakah nilai yang dirasakan yang dimediasi kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada Deliveree Indonesia?
6. Apakah kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada Deliveree Indonesia?
7. Apakah nilai yang dirasakan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada Deliveree Indonesia?
8. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada Deliveree Indonesia?
9. Apakah kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi kepercayaan dan kepuasan pelanggan pada Deliveree Indonesia?

10. Apakah nilai yang dirasakan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi kepercayaan dan kepuasan pelanggan pada Deliverree Indonesia?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada Deliverree Indonesia.
2. Untuk mengetahui pengaruh nilai yang dirasakan terhadap kepuasan pelanggan pada Deliverree Indonesia.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pada Deliverree Indonesia.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan yang dimediasi kepercayaan pada Deliverree Indonesia.
5. Untuk mengetahui pengaruh nilai yang dirasakan terhadap kepuasan pelanggan yang dimediasi kepercayaan pada Deliverree Indonesia.
6. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada Deliverree Indonesia.
7. Untuk mengetahui pengaruh nilai yang dirasakan terhadap loyalitas pelanggan pada Deliverree Indonesia.
8. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Deliverree Indonesia.
9. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi kepercayaan dan kepuasan pelanggan pada Deliverree Indonesia.
10. Untuk mengetahui pengaruh nilai yang dirasakan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi kepercayaan dan kepuasan pelanggan pada Deliverree Indonesia.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Aspek Teoritis

1. Menambah kontribusi pada literatur mengenai pemasaran, terutama dalam bidang logistik.
2. Memberikan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan guna mendorong loyalitas pelanggan.

1.6.2 Aspek Praktis

1. Penelitian ini dapat menyediakan rekomendasi bagi pengelola jasa layanan logistik, khususnya Deliveree dalam meningkatkan kualitas layanan, persepsi nilai, dan kepercayaan melalui pengukuran kepuasan pelanggan guna menciptakan loyalitas pelanggan dan pengembangan strategi pemasaran yang efektif.
2. Membantu pengelola jasa layanan logistik dalam memahami kebutuhan dan harapan pelanggan, sehingga dapat memberikan layanan yang lebih baik.

1.7 Sistematika Tugas Akhir

Sistematika dalam penelitian ini memaparkan isi penelitian yang diteliti, sehingga penelitian ini dapat terstruktur dan memuat informasi mengenai penelitian yang diteliti yang dibahas pada setiap bab. Sistematika pada penulisan penelitian ini sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan yang singkat dan padat yang secara akurat menggambarkan isi penelitian. Isi bab ini meliputi: gambaran umum objek, tujuan penelitian, latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistem penulisan tugas akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini mencakup teori-teori dari umum sampai ke khusus, disertai dengan penelitian sebelumnya dan diikuti dengan kerangka pemikiran yang diakhiri dengan hipotesis jika diperlukan.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang pendekatan, metode dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis hasil temuan yang dapat menjawab masalah penelitian. Bab ini memuat uraian tentang: jenis penelitian, operasional variabel, populasi dan sampel, pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan dijabarkan secara sistematis dan sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian dan disajikan dalam sub judul tersendiri. Bab ini berisi dua bagian: bagian pertama menyajikan hasil penelitian dan bagian kedua menyajikan pembahasan atau analisis dari hasil penelitian. Setiap aspek pembahasan hendaknya dimulai dari hasil analisis data, kemudian diinterpretasikan dan selanjutnya diikuti oleh penarikan kesimpulan. Dalam pembahasan sebaiknya dibandingkan dengan penelitian penelitian sebelumnya atau landasan teoritis yang relevan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian, kemudian menjadi saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian.