

**Pengaruh *WEB Trace and Tracking*, *Logistic Service Quality* dan  
Penanganan Komplain Terhadap Kepuasan Konsumen  
(Studi Kasus Pada Pelanggan Layanan JNE Cabang Malang)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

**Oleh:**

**Arif Kurniawan Santoso**

**NPM. 21701081260**



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
JURUSAN MANAJEMEN**

**2021**



## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *web trace and tracking*, *logistic service quality* dan penanganan komplain terhadap kepuasan konsumen pengguna layanan JNE cabang Malang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini mengacu kepada pendapat Ferdinand dengan teknik purposive sampling yaitu peneliti memilih sampel *purposive* secara subyektif yang berjumlah 75 responden. Hasil dari penelitian ini secara simultan menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara variabel *web trace and tracking*, *logistic service quality*, penanganan komplain terhadap kepuasan konsumen pengguna layanan JNE cabang Malang. Sedangkan hasil pengujian secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *web trace and tracking* terhadap kepuasan konsumen pengguna layanan JNE cabang Malang dan penanganan komplain terhadap kepuasan konsumen pengguna layanan JNE cabang Malang, sedangkan untuk variabel *logistic service quality* secara parsial menunjukkan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna layanan JNE cabang Malang.

**Kata kunci:** *Web trace and tracking*, *logistic service quality*, penanganan komplain, kepuasan konsumen.

### ***Abstract***

*This research aims to analyze the impact of network trace and tracking, logistics service quality, and complaint handling on customer satisfaction of the Malang branch of JNE service users. The method used in this study is multiple linear regression analysis. The samples used in this study refer to Ferdinand's purposeful sampling technique, that is, the researcher subjectively selects the purposeful sample, and there are 75 respondents in total. The results of this study also show the significant impact of Web tracking and tracking variables, logistics service quality, and JNE service user Malang branch on customer satisfaction complaint handling. Part of the test results show that Web tracking variables and tracking variables have a significant impact on the customer satisfaction of JNE service users Malang branch and complaint handling has a significant impact on the customer satisfaction of JNE service users Malang branch, while the variable service part of logistics quality does not Affect customer satisfaction JNE service user Malang branch.*

***Keywords:*** *Website Tracking and Tracking, Logistics Service Quality, Complaint Handling, Customer Satisfaction.*

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Dunia saat ini sudah memasuki yang namanya revolusi industri 4.0. Savitri (2019:1) mendefinisikan sejatinya revolusi industri merupakan perubahan secara besar-besaran yang terjadi pada sektor industrialisasi tahun 1700-an hingga awal tahun 1800-an yang mampu mengubah cara hidup, cara bekerja dan cara beroperasinya sebuah bisnis. Revolusi industri 4.0 didasari atas kemajuan teknologi baru yang mengintegrasikan dunia fisik, digital, serta biologis telah mempengaruhi seluruh disiplin ilmu, ekonomi, industri, serta pemerintah. Bidang-bidang yang mengalami peningkatan berkat kemajuan teknologi baru diantaranya; robot kecerdasan buatan (*artificial intelligence robotic*), teknologi nano, bioteknologi, dan teknologi komputer kuantum, *blockchain* (seperti bitcoin), teknologi berbasis internet, serta printer 3D (Artikelsiana, 2020). Dengan kemajuan teknologi yang sudah ada saat ini, perusahaan tentunya perlu untuk menghadapi atau menyesuaikan diri dengan adanya perkembangan teknologi. Biasanya kegiatan transaksi online ini bisa disebut sebagai *E-commerce*.

Pada masa pandemi sekarang, transaksi *E-commerce* banyak dilakukan oleh masyarakat. Calon konsumen dapat mengakses barang yang ingin dibeli pada suatu perusahaan penyedia barang melalui media online. Jika terjadi kesepakatan jual beli antara perusahaan penyedia barang dengan calon pembeli, perusahaan penyedia barang akan berkoordinasi dengan perusahaan jasa pengiriman untuk mengirim

barang sampai ke tempat pembeli. Perusahaan jasa pengiriman merupakan perusahaan yang mengkhususkan diri pada bidang layanan pengiriman. Pada masa sekarang yang hampir semua kegiatan bisa diakses melalui internet, kebanyakan *partner* dari jasa pengiriman barang tidak lain perusahaan yang memasarkan barang melalui internet atau para pelaku bisnis online dan entitas tertentu yang keterbatasannya tidak bisa mengirim barangnya sendiri.

Hal ini terlihat dari pertumbuhan pengiriman JNE yang berkembang amat sangat menakjubkan, terlihat dari prestasi JNE yang meraih peringkat pertama 3 tahun terakhir secara berturut-turut yang dapat dilihat pada tahun 2018 sampai dengan tahun 2020 terdapat perusahaan yang menjadi top brand dalam kategori jasa kurir di Indonesia yaitu JNE, J&T kemudian Tiki. Tahun 2018 JNE mendapat 45,0%, Terjadi penurunan pada tahun 2019 JNE mendapat 26,4% tapi masih menjadi TOP *brand* diantara pelayanan jasa yang lain, kemudian pada tahun 2020 JNE kembali mengalami peningkatan kurang lebih 9% dari tahun sebelumnya menjadi 27,3%.

Dikota Malang sendiri peningkatannya konsisten 30% setiap tahunnya. Pertumbuhan ini tentunya tak lepas dari pengembangan jaringan JNE hingga ke tingkat kecamatan di Malang, hingga Maret 2020, JNE kota Malang yang kini di pimpin oleh Windhu Abiworo sebagai kepala cabang JNE Malang, sebanyak 60 titik layanan JNE siap memberikan pelayanan meliputi wilayah kabupaten malang dan kota Malang. Mayoritas penggunaan jasa layanan pengiriman yang terjadi di Malang adalah mahasiswa, karena tingkat minat beli ulang pada barang yang dibeli melalui *e-commerce* meningkat seperti penelitian yang dilakukan oleh Nur

Islamiyah (2020:156-167) pada salah satu perguruan tinggi di kota Malang yang menyatakan mahasiswa mempunyai minat beli yang tinggi pada *e-commerce*.

Menurut Herlambang (2014:77) tingkat kepuasan konsumen menjadi fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan seseorang. Karena seriap usaha yang berfokus pada pelayanan jasa mempunyai konsumen yang harus dipuaskan. Kepuasan konsumen bukan semata-mata tanggung jawab dan urusan divisi pemasaran, melainkan keperluan yang ada pada individu yang terlibat dalam jasa layanan tersebut, sebab pelanggan tidak membeli produk atau jasa melainkan membeli sebuah manfaat.

Kemudian perusahaan mengambil langkah dengan sistem informasi manajemen pada layanan jasanya yang memudahkan para pelanggan untuk mengakses dimanapun dan kapanpun ketika pelanggan tersebut mau mengakses, serta portal akses yang tersedia secara 24 jam akan lebih efisien dan lebih fleksibel. Layanan elektronik atau *e-Service* merupakan layanan yang mengacu kepada penyediaannya yang dilakukan melalui internet, inovasi yang dilakukan perusahaan jasa seperti JNE maupun pelaku bisnis *online* yaitu dengan menghadirkan layanan pelacakan pada barang secara online (*web trace and tracking*). Sistem ini hadir dengan fasilitas yang disajikan kepada pelanggan untuk mengetahui keberadaan suatu barang yang sementara masih dalam proses pengiriman. Pelanggan dapat mengecek secara langsung pada situs resmi *developer* dengan mengisi nomor resi pengiriman. Layanan ini disediakan oleh perusahaan JNE untuk meminimalisir konsumen yang khawatir akibat ketidakpastian ketepatan waktu dalam pengiriman paket sesuai dengan estimasi yang diberikan oleh

perusahaan.

Selain itu strategi yang dibutuhkan oleh perusahaan layanan jasa seperti JNE demi menopang peluang yang hadir dari pesatnya bisnis *e-commerce* di Indonesia sekarang ini adalah pemfokusan pada sistem kualitas pelayanan atas logistik (*Logistics Service Quality*). Menurut Hati dan Julianti (2019: 241) logistik juga merupakan bagian dari proses kegiatan rantai pasok yang merencanakan, menerapkan, serta mengontrol penyimpanan dan aliran barang, jasa, dan segala macam informasi yang terkait dari titik pasokan sampai ke titik permintaan sehingga permintaan pelanggan terpenuhi. Terbentuknya layanan yang berfokus pada konsumen kemudian diatur dengan baik dan efektif akan membuat kepuasan konsumen dalam penggunaan jasa tertentu kemudian juga sebaliknya.

Penanganan komplain secara baik, efektif dan efisien juga menjadi tolok ukur bagi konsumen yang hendak melakukan pengiriman menggunakan jasa tertentu, satu fenomena terjadi beriringan dengan meningkatnya JNE. Tercatat dalam situs pengaduan konsumen yang berjumlah sekitar 35 konsumen ditanggapi keluhannya oleh JNE dalam kurun waktu 6 bulan terakhir. Komplain bukan dipandang sebagai ancaman, akan tetapi bisa juga menjadikan peluang bagi perusahaan untuk lebih baik dalam pelayanan. Keterkaitan yang mendasar dari beberapa pelayanan yang disediakan oleh perusahaan akan berimbas pada kepuasan konsumen. Dari penjelasan latar belakang diatas maka penelitian ini diberi judul **“Pengaruh *WEB Trace and Tracking, Logistic Service Quality* dan Penanganan Komplain Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi kasus pada pengguna layanan JNE cabang Malang)”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan, secara khusus pembahasan penelitian yang menjadi pokok permasalahan sebagai berikut:

- a. Bagaimana *web trace and tracking*, *logistic service quality* dan penanganan komplain berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna layanan JNE cabang Malang?
- b. Bagaimana pengaruh sistem *web trace and tracking* terhadap kepuasan konsumen pengguna layanan JNE cabang Malang?
- c. Bagaimana pengaruh *logistic service quality* terhadap kepuasan konsumen pengguna layanan JNE cabang Malang?
- d. Bagaimana pengaruh penanganan komplain terhadap kepuasan konsumen pengguna layanan JNE cabang Malang?

## 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

### 1.3.1 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *web trace and tracking*, *logistic service quality* dan penanganan komplain berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna layanan JNE cabang Malang.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pengaruh sistem *web trace and tracking* terhadap kepuasan konsumen pengguna layanan JNE cabang Malang.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *logistic service quality* terhadap kepuasan konsumen pengguna layanan JNE cabang Malang.
- d. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh penanganan komplain terhadap kepuasan konsumen pengguna layanan JNE cabang Malang.

### **1.3.2 Manfaat Penelitian**

- a. Manfaat untuk perusahaan, sebagai bahan masukan pimpinan perusahaan yang berguna untuk mengevaluasi layanannya kemudian meningkatkan jumlah pelanggan agar dapat mempertahankan posisi persaingan, khususnya dalam jasa pengiriman paket.
- b. Dapat memberikan wawasan dan untuk memahami mengenai pengaruh variabel yang terkait dalam penelitian tersebut.
- c. Bagi pihak lain, hasil penelitian ini menjadi literatur bagi penelitian selanjutnya dan juga sebagai tolok ukur maupun gambaran kepuasan konsumen yang terjadi pada perusahaan layanan pengiriman.

## **BAB V**

### **SIMPULAN**

#### **5.1. Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka didapatkan simpulkan bahwa:

- a. *Web trace and tracking*, *logistic service quality* dan penanganan komplain berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
- b. *Web trace and tracking* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada JNE Kota Malang.
- c. *Logistic service quality* tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada JNE Kota Malang.
- d. Penanganan komplain berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada JNE Kota Malang.

#### **5.2 Batasan penelitian**

- a. Keterbatasan penelitian ini terkendala dengan keterbatasan waktu
- b. Keterbatasan responden yang diambil menjadi sampel hanya 75
- c. Keterbatasan variabel penelitian yang hanya meneliti *web trace and tracking*, *logistic service quality* dan penanganan complain terhadap kepuasan konsumen JNE

### **5.3 Saran Penelitian**

#### **5.3.1 Saran Teoritis**

- a. Saran untuk peneliti selanjutnya dengan melakukan penambahan dalam variable penelitian seperti loyalitas konsumen.
- b. Saran untuk penelitian selanjutnya sebaiknya menambah jumlah responden yang lebih banyak agar cakupan tanggapan responden mengenai hal ini akan lebih luas.
- c. Saran untuk penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan teori- teori terbaru dalam penelitiannya.

#### **5.3.2 Saran Praktis**

- a. Saran untuk lembaga maupun pimpinan untuk lebih meningkatkan pelayanan pada barang yang rusak dalam pengiriman karena termasuk beban serta tanggung jawab yang harus dipenuhi.
- b. Saran untuk lembaga maupun pimpinan untuk memberikan pengoptimalan pada layanan jasa kirim yang disediakan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bawono, Anton. 2006. *Multivariable Analisis Dengan SPSS*. STAIN : Salatiga Press.
- Ferdinand, Augusty. 2005. *Structural Equation Modeling, Dalam Penelitian Manajemen, Aplikasi Model-Model Rumit Dalam Penelitian Untuk Tesis Magister Dan Disertasi Doktor*, Semarang: BP UNDIP
- Ferdinand, Augusty, 2014, *Metode Penelitian Manajemen Edisi 5*, Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Fihartini, Yuniarti dan Kabul Prasetyo, 2017, Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Sistem Pelacakan On-Line (Web Trace And Tracking) Terhadap Kepuasan Konsumen, *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 13 No. 3, September.
- Ghozali, Imam, 2014, *Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: UNDIP.
- Ghozali, Imam, 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss: Up Date Pls Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam, 2008, *Model Persamaan Structural Konsep dan Aplikasi Dengan Program Amos Ver.5.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hati dan Julianti, 2019, Analisis Pengaruh Logistics Service Quality Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Perusahaan Logistik Jalur Nugraha Ekakurir (JNE), *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, Vol. 7 No.2, Desember.
- Hendryadi dan Suryani, 2015, *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Prenadamedia Group.
- Herlambang, Susatyo, 2014, *Basic Marketing ( Dasar-dasar Pemasaran)*. Yogyakarta: Gosyen Publishing.
- Japarianto, Edwin, 2018, Pengaruh Logistics Service Quality Terhadap Customer Retention Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Industri Ekspedisi Laut Di Surabaya, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 12, No. 1, April.
- Kotler, Philip dan Kevin Lana Keller, 2008. *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Lay, Nico Yudhinata, 2018, Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Komitmen dan

- Penanganan komplain Terhadap Kepuasan Nasabah, *Jurnal Mabis*, Vol.9, No.2,
- Mediakonsumen, *JNE Express*, <https://mediakonsumen.com/tag/jne-express>, diakses pada tanggal 28 November 2020, pukul 12:15 PM
- Ningsih dkk, 2017, Pengaruh Penanganan keluhan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Publik Pada Layanan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintahan Secara Elektronik di Kabupaten Lima Puluh Kota. *Jurnal Program Pascasarjana*. Vol. 11, No 2.
- Paramita dan Nugroho, Pengaruh Kualitas Layanan Pada Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Pembelanjaan Daring (Keterlibatan Produk Sebagai Pemodsrsasi), *Jurnal Siasat Bisnis*, Vol. 18 No. 1, Januari 2014, h. 101.
- Priyanto, 2009, *Belajar SPSS (Untuk Analisis Data dan Uji Statistik)*, Yogyakarta: Mediakom.
- Rachmawati, Yuni dkk, 2018, Pengaruh Kualitas Jasa Dan Penanganan Komplain Terhadap Kepuasan Pelanggan Perusahaan Fumigasi Pada Cv. Armanda Nusantara. *Jurnal Dinamika Bisnis*. Vol. 4, No. 1.
- Rian, Hesti dan Anwar Fuadytama, 2019, Perancangan Sistem Informasi Pelayanan Jasa, Laundry Pada Mamah Laundry And Cleaners Serang, *Jurnal Teknologi Informatika dan Komputer*, Vol, 5 No. 2, September.
- Sanjayawati, Hilda, 2019, Perilaku Komplain, Penanganan Komplain Dan Atribut Harga Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. Volume 6 No 2, November. H. 127-133
- Santoso, Herman Budi. *Manajemen Pelabuhan & Realisasi Ekspor Impor*. Yogyakarta: CV Andi Offset. 2012, h. 92
- Savitri, Astrid, 2019, *Revolusi Industri 4.0: Mengubah Tantangan Menjadi Peluang di Era Disrupsi 4.0*. Yogyakarta: Penerbit Genesis.
- Setiyaningrum dan Hidayat, 2016, Service Quality dan Kepuasan Konsumen Studi Empiris dan Implikasinya Pada Toko Online, *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol. VI, No. 2, Juni
- Sugiyono, 2019, *Metode Penelitian Kuantitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2011, *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto, J, 2011, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan (untuk meningkatkan pangsa pasar)*. Jakarta: Rineka.

- Sutrisno, Angeline, 2016. Pengeruh Logistics Service Quality Terhadap Satisfaction dan Loyalty Pada FedEx. *Calypra: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*. Vol. 5, No. 1.
- Swaid, S. I. dan R. T. Wigand. 2009. Measuring The Quality Of E-Service : Scale Development and Initial Validation. *Journal Of Electronic Commerce Research*. 10(1).
- Syahputra, Dodi dkk, 2020, Pengaruh Kepercayaan dan Komplain Terhadap Kepuasan Pelanggan di J&T Express Lumajang. *Journal of Organization and Business Management*. Vol. 3, No. 1, September. 17-24
- Tedjakusuma, Adi Prasetyo, Aulia Delananda dan Erna Andajani, 2020, *Jurnal Sosial dan Humaniora*, Vol. 1, No. 1, April.
- Tjiptono, Pasuraman Fandy, 2014, *Pemasaran Jasa, prinsip, penerapan dan penelitian*. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, Pasuraman Fandy, 2007, *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Zaenuddin, 2020, *Pengertian, Ciri, Dampak Industri 4.0 dan Tantangannya*, <https://artikelsiana.com/revolusi-industri-40-pengertian-ciri-dampak-tantangan-industri-40/>, Artikelsiana, diakses 26 november 2020, pukul 14:19 PM.