

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Teknologi telah berkembang sangat cepat di Indonesia sepanjang era globalisasi. Sesuai dengan perubahan kebutuhan pengguna, salah satu layanan yang berkembang seiring dengan kemajuan teknologi adalah layanan pengiriman/Express . Jasa ini merupakan salah satu kebutuhan konsumen. Konsumen cenderung membutuhkan jasa ini ketika konsumen membeli atau ingin mengirimkan suatu barang ke konsumen lain nya. Kalangan yang biasanya menggunakan jasa pengiriman ini adalah kalangan muda hingga dewasa, maka dari itu jasa pengiriman akan terus dibutuhkan oleh para konsumen. Mereka yang menggunakan jasa ini cenderung membutuhkan pengiriman barang yang cepat, paktis, mudah dan aman dalam pengiriman Produk mereka. Kebutuhan para konsumen menjadi semakin tinggi ditambah dengan perkembangan *E-commerce* yang ada di Indonesia menunjukkan besarnya peran jasa pengiriman barang ini dalam membantu para pengusaha dagang online untuk memasarkan produk nya.

Transaksi *E-commerce* semakin meningkat apalagi di masa pandemi. Bank Indonesia (BI) memprediksi nilai transaksi *E-commerce* pada 2022 mencapai Rp 530 triliun. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi para perusahaan jasa pengiriman barang dalam mencukupi kebutuhan pada konsumen dan sekaligus

menjadi titik persaingan antar perusahaan jasa pengiriman barang demi memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumennya.

Industri jasa pengiriman ini diharapkan tumbuh di masa yang akan datang, menurut Asosiasi Pengusaha Jasa Pengiriman Ekspres Indonesia (Asperindo). Pertumbuhan belanja online yang diperkirakan akan berlanjut di tahun 2022 akan meningkatkan volume dan trafik logistik ekspres. Sektor logistik bisa lebih berkembang lagi, menurut Ketua Asperindo M. Feriadi, kegiatan ini telah berkembang menjadi salah satu kebutuhan masyarakat yang sangat penting, terutama sejak awal era *E-Commerce*. Selain itu, pandemi Covid-19 telah menggeser kebiasaan konsumsi masyarakat dari ritel tradisional ke penjualan melalui internet.

Usaha jasa pengiriman barang ini memerlukan adanya rancangan dan spesifikasi tertentu kemudian ditawarkan kepada konsumen yang akan menggunakan jasa pengiriman. Teknik ini memungkinkan individu atau karyawan yang bekerja di berbagai industri terkait layanan untuk melakukan dan memahami secara objektif terlepas dari sudut pandang pelanggan. Itu harus dimodifikasi untuk memenuhi persyaratan dan kebutuhan kliennya dalam bisnis penyediaan layanan pengiriman produk. Akibatnya, untuk bisnis jasa pengiriman barang, sangat penting untuk dapat mengeksekusi beberapa kombinasi, jawaban, atau serangkaian tindakan alternatif untuk setiap konsumen.

Perusahaan harus mempunyai strategi tersendiri untuk merebut hati konsumen agar dapat bersaing dan bertahan atau mengembangkan usahanya

pada industri yang didirikan nya. Besarnya tingkat persaingan dalam bidang pengiriman barang ini membuat Kepercayaan Konsumen menjadi salahsatu hal yang mempunyai peran cukup besar dalam mengembangkan usaha nya. Karena melihat secanggih apapun system yang dimiliki perusahaan atau sebagus apapun produk yang dihasilkan perusahaan, jika konsumen tidak menyukainya, baik terlalu mahal, rumit, dan tidak Amanah dalam pelayanan nyam arak produk atau jasa tersebut tidak ada artinya dimata konsumen.

Dengan adanya Keamanan Barang, Pelacakan, dan Kecepatan Pengiriman akan mempengaruhi tingkat kepercayaan konsumennya. Setelah konsumen merasa percaya dan puas dengan tingkat pelayanan yang diberikan perusahaan jasa pengiriman, layanan yang ditawarkan secara otomatis akan dibandingkan oleh konsumen. Kinerja bisnis akan terpengaruh oleh keadaan ini. Pertumbuhan konsumen adalah alat yang sangat signifikan untuk bisnis yang ingin meningkatkan profitabilitas.

Menurut Mamang (2013) , “Kepercayaan Konsumen memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap keberlangsungan sebuah perusahaan, karena jika produk sebuah perusahaan sudah tidak dipercayai lagi oleh konsumen maka produk tersebut akan sulit untuk berkembang di pasar” (hlm 197).

Ketidakpercayaan pelanggan akan mempersulit produk perusahaan untuk mendapatkan daya tarik di pasar, yang berdampak signifikan pada berapa lama perusahaan tersebut akan berbisnis. Di sisi lain, jika pelanggan percaya pada penawaran perusahaan, pasar untuk produk tersebut akan dapat berkembang. Korporasi harus terus mendapatkan kepercayaan konsumen karena semakin

banyak yang mereka lakukan, semakin baik hubungan mereka dengan perusahaan.

Kepercayaan konsumen adalah kesediaan satu pihak untuk mengambil resiko dari pihak lain dengan harapan dan keyakinan bahwa pihak lain akan berperilaku seperti yang diharapkan, meskipun kedua pihak tersebut tidak berhubungan.

Agar tidak menyia-nyiakan kepercayaan konsumen, pelayanan profesional harus diberikan dengan cepat dan akurat, “Adapun firman Allah dalam QS. Al-Anfal (8:27) sebagai berikut:”

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمْنَتِكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul dan janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui (Q.S Al-Anfal 8 : 27)*

J&T Express, penyedia layanan pengiriman barang dan logistik yang menawarkan pengiriman paket, dokumen, dll, adalah salah satu bisnis yang menawarkan layanan pengiriman. J&T Express adalah bisnis yang menyediakan layanan pengiriman baik untuk produk maupun kertas. Sebuah bisnis baru, J&T Express, memanfaatkan TI untuk memberikan layanannya dan memberikan keuntungan dalam mengambil barang. Pelanggan dapat mengirimkan barang tanpa harus mengunjungi kantor J&T secara fisik. Cukup hubungi J&T melalui aplikasinya untuk Android dan iOS atau dengan menghubungi hotline-nya, dan petugas akan datang dan mengambil barang yang perlu Anda kirim.

Seperti pendahulunya yaitu Pos Indonesia, JNE, Tiki, dll, J&T Express ini adalah bisnis baru. J&T Express menawarkan semua kemampuan yang terdapat pada JNE dan Tiki, termasuk kemampuan untuk memverifikasi ongkos kirim dan struk untuk menentukan lokasi pengiriman terakhir paket yang diketahui. Mereka mempekerjakan Deddy Corbiuzer sebagai brand ambassador J&T Express karena mereka adalah bisnis baru. Saat mengirim barang, pengirim biasanya disebut sebagai tukang pos di Pos Indonesia, kurir di JNE dan Tiki, dan sprinter di J&T Express. Barang akan dijemput dan diantar oleh sprinter ini ke dan dari lokasi yang ditentukan.

Tidak jauh berbeda dari para pesaingnya dalam hal harga pengiriman. Namun, mungkin karena masih baru, jangkauannya belum seluas JNE atau POS Indonesia yang bisa diakses bahkan di pelosok daerah sekalipun. Kita tunggu saja apakah J&T Express bisa mengungguli bisnis lain dalam hal pelayanan pelanggan dan waktu pengiriman produk.

Adapun produk layanan yang diberikan oleh J&T yaitu *Regular/EZ Goods*, dimana tergantung lokasi pengiriman, waktu yang dibutuhkan untuk sampai tujuan bisa mencapai 2-3 hari. Selain itu, solusi ini mencakup cakupan untuk semua lokasi pengiriman, termasuk di daerah terpencil. J&T Eco, Inc. Dari pulau Jawa hingga pulau Sumatera, Kalimantan, Sulawesi, dan pulau Bali, produk ini memungkinkan pengiriman antar pulau. Produk ini membantu dalam distribusi sederhana di seluruh pulau dengan perkiraan waktu pengiriman 5 hingga 15 hari. J&T Super, salah satu layanan tercepat J&T, menawarkan pengiriman ke sejumlah lokasi di Jabodetabek. Jika Anda

beruntung dan mengirimkan barang ke kantor cabang sebelum jam 10 pagi, mereka juga akan tiba di tempat tujuan pada hari yang sama.

RA Proses pemeriksaan keamanan barang kargo dan surat yang memiliki izin dari Direktorat Jenderal Perhubungan Udara berlangsung di J&T Express sendiri. Salah satu keuntungan J&T Express adalah memiliki RA sendiri di gudang penyortiran. Fasilitas dan peralatan yang memadai, termasuk mesin x-ray primer, telah beroperasi sejak 1 Maret 2019. Beberapa fasilitas RA J&T Express dilengkapi dengan ruang inspeksi, detektor logam genggam, detektor logam yang dapat dilalui orang (berjalan -melalui detektor logam), pagar pembatas, kamera pemantau keamanan (CCTV), ruang pemantauan, segel keamanan yang terbuat dari label pemeriksaan kemasan kargo atau pos, serta petugas dengan lisensi khusus untuk melakukan pemeriksaan keamanan di gudang sortir menjadi salah satu keunggulan bagi J&T Express.

Nilai layanan elektronik berbasis website meningkat seiring dengan jumlah kunjungan pengguna. Layanan Estimasi Nilai & Lalu Lintas, yang ditawarkan oleh berbagai situs web, memperkirakan nilai sebuah situs web berdasarkan perbandingan antara jumlah tampilan halaman (berapa kali pelanggan melihat halaman) dan jumlah pengunjung. Saat ini linked media (internet) dengan cepat berkembang menjadi saluran pemasaran produk dan jasa yang dinilai lebih efektif dibandingkan media offline.

Menurut Hardiansyah dan Nugroho (2012). "Media terhubung dapat memberikan pelayanan yang memuaskan bagi para konsumen maupun para pelanggan. Argumen tersebut relevan dengan teori Strauss dan Frost bahwa

pola pemasaran melalui media terhubung akan memberikan kontribusi berarti bagi perusahaan dengan meningkatkan manfaat bisnis serta menurunkan biaya operasional. Peningkatan manfaat bisnis dicapai melalui misalnya kustomisasi penawaran, personalisasi layanan, kemudahan layanan 24 jam dalam 7 hari dalam satu minggu penuh. Kemudian kemudahan mendapatkan masukan atau informasi dari para pelanggan, dan layanan elektronik secara mandiri”. (hlm 48)

Menurut T.Soemohadiwidjojo (2018). “Ketepatan waktu pengiriman adalah ketika pesanan terkirim secara lengkap dan tepat pada tanggal yang disepakati antara toko dan konsumen, atau sebelum tanggal yang disepakati. Sehingga konsumen akan merasa puas dengan produk/jasa yang diberikan jika sesuai dengan konsumen inginkan” (hlm 89)

Menurut Ali Hasan (2008), “Kepuasan konsumen merupakan strategi bisnis yang jangka panjang, membangun dan memperoleh reputasi produk perusahaan dibutuhkan waktu yang cukup lama, diperlukan investasi besar pada serangkaian aktivitas bisnis untuk membahagiakan konsumen (hlm 56)

Pilihan konsumen terhadap jasa pengiriman juga akan dipengaruhi oleh seberapa cepat barang dikirimkan. Kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan jasa pengiriman ini akan rusak jika mereka mulai merasa tidak nyaman. J&T Express harus mengirimkan barang secara akurat sesuai dengan estimasi yang diberikan kepada pelanggan agar tetap amanah, kepercayaan konsumen akan dipengaruhi oleh seberapa baik suatu perusahaan memberikan

sebuah pelayanan yang baik dan kelebihan dari perusahaan lain dalam memiliki jasa pengiriman barang mereka.

Berdasarkan uraian latar belakang, memahami relevansi perusahaan jasa pengiriman saat ini, maraknya bisnis online yang mengandalkan mereka, dan pentingnya layanan berbasis online untuk mempertahankan pelanggan dan meningkatkan kepercayaan konsumen.

Karena permasalahan awal adalah pentingnya keamanan barang, pelacakan, pengiriman barang yang cepat kepada konsumen dalam mengirim atau menerima barang, kecepatan pengiriman, dan kesulitan konsumen dalam memahami lokasi barang dan waktu yang terkadang tidak tepat dalam pengiriman. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul, **“Pengaruh Keamanan Barang, Pelacakan dan Kecepatan Pengiriman Terhadap Kepercayaan Konsumen Jasa Ekspedisi J&T Express Di Kota Banjarmasin”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang yang sudah di uraikan penulis, maka secara khusus pembahasan penelitian yang menjadi pokok permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah Keamanan Barang Berpengaruh Secara Parsial Terhadap Kepercayaan Kosumen Jasa Ekspedisi J&T Exspress di Kota Banjarmasin ?



2. Apakah Pelacakan Berpengaruh Secara Parsial Terhadap Kepercayaan Kosumen Jasa Ekspedisi J&T Exspress di Kota Banjarmasin ?
3. Apakah Kecepatan Pengiriman Berpengaruh Secara Parsial Terhadap Kepercayaan Kosumen Jasa Ekspedisi J&T Exspress di Kota Banjarmasin ?
4. Apakah Keamanan Barang, Pelacakan, dan Kecepatan Pengiriman Berpengaruh Secara Simultan Terhadap Kepercayaan Kosumen Jasa Ekspedisi J&T Exspress di Kota Banjarmasin ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah di uraikan penulis, maka adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui pengaruh Secara Parsial Keamanan Barang Terhadap Kepercayaan Kosumen Jasa Ekspedisi J&T Exspress di Kota Banjarmasin
2. Mengetahui pengaruh Secara parsial Pelacakan terhadap Kepercayaan Kosumen Jasa Ekspedisi J&T Exspress di Kota Banjarmasin
3. Mengetahui pengaruh Secara parsial Kecepatan Pengiriman terhadap Kepercayaan Kosumen Jasa Ekspedisi J&T Exspress di Kota Banjarmasin
4. Mengetahui pengaruh Secara Simultan Keamanan Barang, Pelacakan, dan Kecepatan Pengirima Berpengaruh Terhadap Kepercayaan Kosumen Jasa Ekspedisi J&T Exspress di Kota Banjarmasin

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Keseluruhan secara ringkas kegunaan atau manfaat penelitian ini adalah :

1. Secara teoritis penelitian ini memberikan wawasan dan memberikan sumbangan pemikiran terkait perkembangan ekonomi di sektor perusahaan jasa pengiriman barang. Menambah literatur baca mengenai permasalahan tentang Jasa Ekspedisi J&T Express bagi lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin, khususnya jurusan Ekonomi Syariah.
2. Penelitian ini dapat memberikan dampak yang signifikan bagi para praktisi. salah satu sistem pelayanan yang tersedia dalam memberikan rasa kepercayaan kepada konsumen khususnya variable Keamanan Barang, Pelacakan dan Kecepatan Pengiriman.
3. Diharapkan bisnis dalam bidang Jasa ini akan mempertimbangkan hal ini saat membuat strategi pemasaran terbaik dan strategi pemasaran yang berfokus pada konsumen. harus menarik lebih banyak klien agar tetap kompetitif, terutama dengan layanan pengiriman paket.
4. Hasil penelitian ini akan menjadi patokan perusahaan agar dapat mengembangkan hal menarik dalam perusahaan dan dijadikan pertimbangan atau contoh Kepercayaan Konsumen di Kota Banjarmasin.

#### **E. Definisi Operasional**

Variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) merupakan dua dari tiga variabel dalam penelitian ini (Y). Terdapat tiga faktor independen dalam penelitian ini

(X). yaitu Keamanan Barang (X1), Pelacakan (X2), dan Kecepatan Pengiriman (X3), sedangkan variabel dependen (Y) adalah Kepercayaan Konsumen.

Untuk menghindari kesalahan dalam judul penelitian, maka peneliti sangat perlu untuk menjelaskan terlebih dahulu yang dimaksud dengan judul penelitian, “Pengaruh Keamanan barang, Pelacakan dan Kecepatan Pengiriman Terhadap Kepercayaan Konsumen Jasa Ekspedisi J&T Express Di Kota Banjarmasin”, Adapun penjelasan sekaligus pembatasan istilah untuk masing-masing variable tersebut adalah :

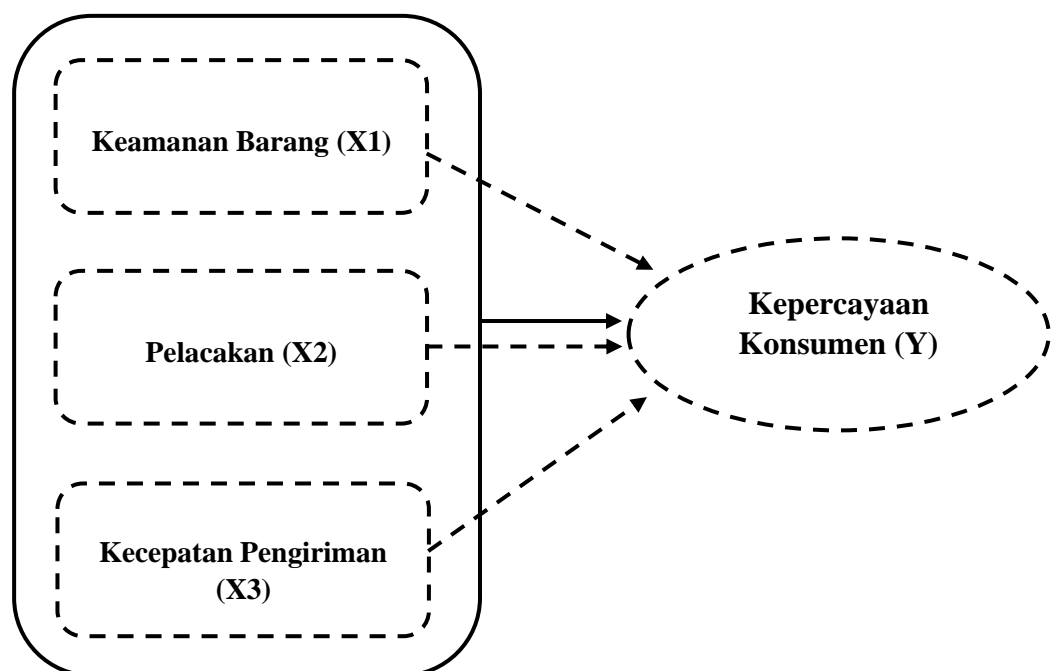
1. Keamanan barang yang di maksud dalam penelitian ini adalah salah satu kelebihan yang ada di perusahaan jasa pengiriman J&T Express yaitu J&T Express RA. Direktorat Jenderal Perhubungan Udara telah memberikan kewenangan kepada RA J&T Express untuk melakukan pemeriksaan keamanan terhadap barang kargo dan pos. Salah satu keuntungan J&T Express adalah memiliki RA sendiri di gudang penyortiran. Mesin x-ray, salah satu infrastruktur dan peralatan terpenting, telah beroperasi mulai 1 Maret 2019.
2. Pelacakan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah salah satu pelayanan kepada konsumen yang tersedia di Perusahaan jasa pengiriman barang J&T Express yang mana konsumen akan mendapatkan informasi terkait keberadaan barang yang konsumen kirimkan melalui nomer resi yang diberikan. Pelacakan ini dapat memudahkan konsumen dalam melacak atau mengetahui dimana posisi barang yang mereka kirim.

3. Kecepatan pengiriman yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kecepatan pengiriman barang oleh pihak J&T Express dalam mengantarkan paket kiriman dari konsumen ke konsumen dengan sistem yang diberi nama pihak perusahaan J&T EZ. J&T EZ adalah pengiriman reguler dengan tujuan seluruh wilayah Indonesia, selain itu kelebihan lainnya adalah tarif kirim terjangkau. Estimasi pengirimannya minimal 2 sampai dengan 3 hari sehingga dapat diandalkan karena cukup cepat.
4. Kepercayaan Konsumen (*Costumer Trust*) yang dimaksud dalam penelitian ini adalah bagian psikologis dari konsumen. Pada perusahaan kepercayaan pelanggan menjadi faktor yang penting bagi pelaku bisnis dalam menjalankan bisnisnya. bentuk kepercayaan yang diberikan konsumen yaitu kesediaan satu pihak menerima resiko dari pihak lain berdasarkan keyakinan dan harapan bahwa pihak lain akan melakukan tindakan sesuai yang diharapkan. Perbedaan antara loyalitas dan kepercayaan adalah bahwa loyalitas adalah kesetiaan atau pengabdian kepada seseorang atau sesuatu sedangkan kepercayaan adalah ketergantungan pada integritas, kekuatan, kemampuan, dll, dari seseorang atau sesuatu. Kedua aspek ini terkadang saling terkait karena kesetiaan dapat didasarkan pada kepercayaan. Dengan pelayanan yang diberikan yaitu keamanan barang, Pelacakan, dan kecepatan pengiriman yang akan berpengaruh dalam membangun kepercayaan konsumen dan





memancing konsumen untuk kembali menggunakan jasa pengiriman barang pada J&T Express yang ada di Kota Banjarmasin.

## F. Kerangka Pemikiran

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran



Keterangan :

-  = Variabel Independen
-  = Variabel Dependen
-  = Parsial
-  = Simultan

## G. Hipotesis Penelitian

Menurut Mufarrikoh, Zanatul (2020), “Hipotesis merupakan jawaban sementara yang kebenarannya masih harus diuji atau rangkuman kesimpulan teoritis yang diperoleh dari tinjauan Pustaka” (hal76-79).

Adapun Hipotesis dalam Penelitian Ini adalah :

### 1. Hipotesis Uji Parsial

- a)  $H_0 1 =$  Tidak Terdapat pengaruh antara Keamanan Barang secara Parsial terhadap Kepercayaan Kosumen Jasa Ekspedisi J&T Exspress di Kota Banjarmasin.
- b)  $H_a 1 =$  Terdapat pengaruh antara Keamanan Barang secara parsial terhadap Kepercayaan Kosumen Jasa Ekspedisi J&T Exspress di Kota Banjarmasin.
- c)  $H_0 2 =$  Tidak Terdapat pengaruh antara Pelacakan secara Parsial terhadap Kepercayaan Kosumen Jasa Ekspedisi J&T Exspress di Kota Banjarmasin.
- d)  $H_a 2 =$  Terdapat pengaruh antara Pelacakan secara parsial terhadap Kepercayaan Kosumen Jasa Ekspedisi J&T Exspress di Kota Banjarmasin.
- e)  $H_0 3 =$  Tidak Terdapat pengaruh antara Kecepatan Pengiriman secara Parsial terhadap Kepercayaan Kosumen Jasa Ekspedisi J&T Exspress di Kota Banjarmasin.

- f) Ha 3 = Terdapat pengaruh antara Kecepatan Pengiriman secara parsial terhadap Kepercayaan Kosumen Jasa Ekspedisi J&T Exspress di Kota Banjarmasin Secara Parsial

## 2. Hipotesis Uji Simultan

- a) Ho 1 = Tidak Terdapat pengaruh antara Keamanan Barang, Pelacakan, dan Kecepatan Pengiriman secara simultan terhadap Kepercayaan Kosumen Jasa Ekspedisi J&T Exspress di Kota Banjarmasin.
- b) Ha 1 = Terdapat pengaruh antara Keamanan Barang, Pelacakan, dan Kecepatan Pengiriman secara simultan terhadap Kepercayaan Kosumen Jasa Ekspedisi J&T Exspress di Kota Banjarmasin.

## H. Penelitian Terdahulu

Penulis ada melihat pembahasan Penelitian sebelumnya berikut dianggap sangat relevan dengan penelitian ini.:

- 1) Cindy Dwi Fatikasari, 2018 "*Pengaruh Persepsi Keamanan, Persepsi Privacy, dan Brand Awareness Terhadap Kepercayaan Konsumen Online Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pengguna Media Sosial Instagram Di Yogyakarta)*". Program Studi Manajemen Fakultas

Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi keamanan, persepsi *privacy*, dan *brand awareness* terhadap kepercayaan konsumen *online* dengan kepuasan sebagai variabel mediasi. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode survei. Populasi pada penelitian ini adalah kosumen *online* media sosial Instagram di Yogyakarta. Perbedaan dengan penelitian ini adalah terletak pada tempat yang di teliti.

- 2) Hansen Chrystian, 2019. “*Pengaruh Corporate Image Dan Relationship Quality Terhadap Customer Trust Dan Customer Loyalty Pada Pt. Air Asia Di Surabaya*”. Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *Corporate Image* dan *Relationship Quality* terhadap *Customer Trust* dan *Customer Loyalty* pada PT. Air Asia di Surabaya. Persaingan ketat pada sektor penerbangan sekarang ini membuat perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang handal dan mampu menarik minat konsumen sehingga mampu memenangkan pasar. Pelayanan yang memiliki kualitas baik dengan differensiasi yang juga baik akan menjadi produk yang kemungkinan besar memiliki konsumen loyal. Perbedaan nya terletak pada Variabel nya dan tempan penelitian nya.
- 3) Nurhadi & Asriel Azis, 2018. “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Dan Kesetiaan Konsumen*”. Fakultas Ekonomi Universitas



Negeri Yogyakarta, Indonesia. Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan konsumen dan kesetiaan konsumen, dan pengaruh kepercayaan terhadap kesetiaan konsumen. Tujuan dari penelitian kuantitatif ini adalah untuk memastikan bagaimana satu variabel mempengaruhi variabel lainnya. Partisipan dalam penelitian ini adalah warga Yogyakarta yang pernah menggunakan PT. Jasa Ekspedisi Paket Pos Indonesia. Menurut temuan penelitian, kualitas layanan secara positif mempengaruhi loyalitas pelanggan, kualitas layanan secara positif mempengaruhi kepercayaan konsumen, dan kepercayaan secara positif mempengaruhi loyalitas konsumen. Perbedaan nya terletak pada Jasa ekspedisi nya.

- 4) Melia Indriani, 2022. *“Pengaruh Customer Engagement Terhadap Brand Loyalty Dengan Variabel Mediasi Brand Attachment Dan Customer Trust (Studi Pada Mahasiswa Feb Unsoed Pengguna Aplikasi Tiket.Com)”*. Universitas Jenderal Soedirman, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Jurusan Manajemen. Penelitian ini merupakan survei pada mahasiswa FEB Universitas Jenderal soedirman. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa FEB Unsoed yang pernah melakukan transaksi melalui aplikasi Tiket.com. Sampel pada penelitian ini sebanyak 135 responden yang diambil menggunakan metoden non probability sampling. Perbedaan nya terletak pada variable penelitian, tempat dan jumlah responden.

## **I. Sistematika Penulisan**

Untuk dapat memudahkan pencapaian tujuan yang diinginkan, maka penulis menggunakan V (lima) bab sebagai sistematika penulisan sebagai berikut :

Bab I merupakan pendahuluan yang penelitian disini terkait tentang pengaruh Keamanan Barang, Pelacakan, dan Kecepatan Pengiriman terhadap Kepercayaan Kosumen Jasa Ekspedisi J&T Exspress di Kota Banjarmasin. Kemudian dirumuskanlah permasalahan penelitian, tujuan penulisan, signifikansi penelitian, definisi operasional, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, kajian pustaka, sistematika penulisan.

Bab II merupakan landasan teori tentang Keamanan Barang, Pelacakan, dan Kecepatan Pengiriman, serta pandangan syariah islam tentang Keamanan Barang, Pelacakan, Kecepatan Pengiriman dan Kepercayaan Kosumen.

Bab III merupakan metode penelitian yang terdiri dari jenis penelitian dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, skala pengukuran variable dan analisis data yang digunakan dalam penelitian.

Bab IV merupakan hasil penelitian yang berisikan penyajian data dan analisis data yang berhubungan dengan pertanyaan yang ada dirumusan masalah.

Bab V merupakan penutup, yang berisikan simpulan atau hasil dari penelitian dan saran