

ABSTRAK

Sebagai salah satu komponen vital rantai pasokan global, industri pengapalan peti kemas telah mengalami pasang surut selama beberapa dekade terakhir. Seiring dengan penurunan ekonomi dunia beberapa tahun ini, industri ini juga mengalami dampak langsung yang mungkin merupakan salah satu yang terbesar dalam sejarah. Mulai dari kebangkrutan salah satu perusahaan pengapalan peti kemas terbesar di dunia, hingga banyak terjadinya kasus merger dan akuisisi secara geopolitik selama lima tahun terakhir.

Saat ini jumlah perusahaan pengapalan petikemas di dunia mengalami penyusutan karena banyaknya perubahan yang telah terjadi. Akibatnya, terjadilah persaingan yang semakin ketat. Untuk terus bisa bertahan dalam kompetisi, setiap perusahaan harus mampu menentukan strategi tertentu yang akan membedakan mereka dari para pesaing untuk kemudian muncul sebagai pemenang. Jadi, apa yang harus dilakukan untuk mencapainya? Faktor-faktor apa yang akan membantu mereka bertahan dan bahkan bisa lebih mengembangkan bisnis mereka? Bagaimana perusahaan-perusahaan ini memenangkan hati pelanggan mereka di tengah-tengah kompetisi ketat yang mereka alami?

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tingkat layanan yang diberikan oleh perusahaan-perusahaan pengapalan peti kemas memberikan dampak langsung pada kepuasan pelanggan dan nilai-nilai yang dirasakan, sehingga pada akhirnya akan meningkatkan loyalitas pelanggan, dalam upaya mereka untuk memenangkan kompetisi. Fokus penelitian ini tidak hanya pada faktor-faktor apa yang kemungkinan besar akan menarik pelanggan untuk memanfaatkan layanan yang ditawarkan oleh perusahaan-perusahaan pengapalan, tetapi juga untuk mengetahui elemen-elemen apa yang nantinya akan membangun loyalitas pelanggan atas jasa yang diberikan. Secara geografis, penelitian ini dilakukan di wilayah Jawa Tengah dan sekitarnya, di mana pergerakan barang-barang dalam peti kemas dilakukan melalui pelabuhan Tanjung Emas, di Semarang.

Studi ini mengungkapkan fakta bahwa ada korelasi antara kualitas layanan, kepuasan pelanggan, nilai yang dirasakan serta loyalitas pelanggan. Kualitas layanan akan memengaruhi kepuasan pelanggan dan pada gilirannya, akan membentuk nilai yang dirasakan dari sudut pandang pelanggan. Secara simultan kepuasan pelanggan juga akan memengaruhi loyalitas pelanggan terhadap layanan yang ditawarkan oleh perusahaan tertentu. Pada saat yang sama pula, nilai-nilai positif yang dirasakan pelanggan juga akan memberikan dampak positif terhadap loyalitas.

Kata kunci: kualitas layanan, kepuasan pelanggan, nilai yang dirasakan, loyalitas pelanggan, jalur pengiriman kemas.