

PENGARUH KUALITAS LAYANAN LOGISTIK PADA FEDERAL EXPRESS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DITINJAU DARI PERSEPSI BUDAYA INDIVIDUALIST DAN COLLECTIVIST

Monica Paulina

Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Monica93paulina@gmail.com

Juliani Dyah Trisnawati

Fakultas Bisnis dan Ekonomika
jdtrisnawat@gmail.com

Prita Ayu Kusumawardhany

Fakultas Bisnis dan Ekonomika
pritaayu.k@gmail.com

Abstract

This study aims to know and analyze the effect of service quality of Federal Express (Fedex) logistic on customer satisfaction based on individualist and collectivist customer's perception. This research used the measurement of four logistic service quality dimensions. Those dimensions are reliability, caring, responsiveness and assurance. The method used is regression linear with SPSS 18 software. Data collected directly from respondents who meet the specified characteristics of the population by distributing questionnaires. The samples used in this study was 120 respondents from USA, UK, Canada, Australia, Netherlands, and Indonesia. The result of this study showed the influence of Fedex logistic's service quality on customer satisfaction based on individualist and collectivist customer's perception.

Keywords: Logistic, Logistic Service Quality, Individualist, Collectivist, Customer Satisfaction.

PENDAHULUAN

Saat ini konteks bisnis globalisasi dikaitkan dengan proses internasionalisasi produksi, perdagangan, dan pasar uang. Globalisasi dalam pengertian ini merupakan suatu proses yang berada di luar jangkauan kontrol pemerintah, karena proses tersebut terutama digerakkan oleh kekuatan pasar global dan bukan oleh sebuah pemerintahan secara individu (Kohr, 2003 : 1). Upaya menghadapi persaingan tersebut, setiap perusahaan dituntut untuk mampu meningkatkan daya saing dalam rangka menjaga kelangsungan hidup perusahaan (Tjiptono dan Anastasia, 2004).

Logistik akan menentukan seberapa cepat perusahaan mampu menyediakan produk-produk yang mendekati konsumennya sesuai dengan saluran pemasaran yang dipilih, dan seberapa cepat perusahaan mampu memenuhi order dari konsumen, dan seberapa efisien biaya distribusi produk-

produk dari pabrik atau gudang perusahaan ke konsumen akhir (Zaroni, 2015).

Era globalisasi tidak hanya mengakibatkan ketatnya kompetisi antar perusahaan, hal ini juga mengharuskan setiap perusahaan menyusun kembali strategi dan taktiknya. Menjelang pasar bebas dunia, lalu lintas barang dan jasa dapat menembus batas geografis dan setiap perusahaanpun harus semakin memiliki pemikiran untuk mengembangkan bisnisnya secara global. Bisnis global ini terjadi karena adanya kebutuhan masyarakat yang semakin beranekaragam di berbagai tempat sehingga diperlukannya kerjasama agar dapat memenuhi kebutuhan tersebut. Operasi logistik memainkan peran strategis dalam keberhasilan suatu bisnis, logistik tidak hanya sekedar sebagai kegiatan aktivitas operasional, melainkan sebagai variabel strategis yang merupakan faktor penting bagi kepuasan konsumen dan loyalitas (Gil-Saura et al., 2010).