

PRNGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEOUASAN KONSUMEN JNE MALANG

Disusun untuk Penelitian Skripsi
Program Sarjana (S-1) pada Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Negeri (UIN)
Maulana Malik Ibrahim Malang



Oleh
Fendi wicaksono
NIM : 10510110

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2014**

LEMBAR PERSETUJUAN
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
JNE MALANG

SKRIPSI

Oleh :

Fendi Wicaksono

NIM : 10510110

Telah disetujui tanggal, 03 Juli 2014

Dosen Pembimbing,

Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag.

NIP. 197112111999031003

Mengetahui :

Ketua Jurusan,

Dr.H.Misbahul Munir, Lc.,M.Ei

NIP 197507072005011005

LEMBAR PENGESAHAN
PENGERUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN
(Studi Pada JNE Malang)

Oleh
FENDI WICAKSONO
NIM : 10510110

Telah Diseminarkan 25 April 2014

Susunan Dewan Penguji	Tanda Tangan
1. <u>Penguji I</u> <u>Dr. H.Ahmad Djalaludin, Lc.MA</u> NIP. 197307192005011003	()
2. <u>Penguji II</u> <u>Yayuk Sri Rahayu, SE, MM</u> NIP. 197708262008012011	()
3. <u>Penguji III (Pembimbing)</u> <u>Dr.H. NurAsnawi, M.Ag</u> NIP. 197111999031003	()

Mengetahui :

Ketua Jurusan,

Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.Ei
NIP 197507072005011005

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Fendi Wicaksono

NIM : 10510110

Alamat : JL.BANUREJO A56 KEPANJEN

Menyatakan bahwa “**SKRIPSI**” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN JNE MALANG

Adalah hasil karya sendiri, bukan “**duplikasi**” dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila di kemudian hari ada “**klaim**” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 03 Juli 2014

Hormat saya,

Fendi Wicaksono

NIM : 10510110

HALAMAN PERSEMBAHAN

Teriring doa dan rasa syukur yang teramat dalam kepada Allah SWT,
Sebuah karya yang terusun dengan jerih payah ini, Aku persembahkan kepada:

Ayahanda Rudi Fandri Isdianto., adalah ayah terhebat di seluruh negeri. Yang mengajarkan kepada anak-anaknya bukan dengan kata-kata belaka, tetapi teladan sebagai seorang muslim yang sejati. Serta ibunda Dra. Endang Budi Rahayu., dengan cinta dan doa tulus yang tak pernah putus, yang sejak ananda dilahirkan tak henti-hentinya memberikan yang terbaik kepada ananda walau dalam keadaan apapun. Betapa segala pengorbanan tidak akan pernah bisa membalas segala bulir keringat dan air mata beliau. Senyuman ayahanda dan ibunda yang selalu menjadi motivasi terkuat ananda berjuang di sini dan sampai detik ini. Besar harapan ananda untuk dapat menjadi anak yang dapat membawa keselamatan dan kebaikan bagi ayah dan bunda di dunia dan akhirat.

Beliau adalah inspirator dan motivator yang paling berpengaruh dalam hidupku, Semoga Rahmat Allah selalu mengiringi Beliau. Amiin...

MOTTO

يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن تَنصُرُوا اللَّهَ يَنصُرْكُمْ وَيُثَبِّتْ أَقْدَامَكُمْ ﴿٧٠﴾

7. Hai orang-orang mukmin, jika kamu menolong (agama) Allah, niscaya Dia akan menolongmu dan meneguhkan kedudukanmu.

KATA PENGANTAR



Dengan segala puji syukur penulis haturkan kepada Illahi Rabbi atas segala rahmat, taufiq, serta hidayahNya yang diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen jne malang

Juga tidak lupa penulis sampaikan shalawat serta salam semoga rahmat dan berkah dicurahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, para sahabatnya, para *tabi'in* dan pengikutnya sampai akhir zaman.

Terselesainya penulisan Skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Mudjia Raharjo, M.Si selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
2. Bapak Dr. H. Salim Al Idrus, MM., M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Dr. H. Misbahul Munir, Lc, M.Ei Selaku ketua Jurusan Program Studi Manajemen Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Bapak Dr. H. Nur Asnawi SAg. Selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan motivasi dan arahan dalam menyelesaikan penulisan ini.
5. Ayahanda dan Ibunda tercinta, saudara-saudaraku tersayang, atas Do'a, perhatian serta kasih sayang tulus yang selama ini menyertai setiap langkahku dan memberikan dukungan kepada penulis baik moral maupun material sehingga terselesaikannya skripsi
6. Untuk sahabat seperjuangan "45" fajar, teman dwi sugeng rianto, caesar, ilham dan cah anggong terima kasih pembelajaran hidup nya .

7. Untuk keluarga besar sekaligus teman seperjuangan mahasiswa jurusan Manajemen angkatan 2010 Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
8. Untuk orang yang telah setia memberikan motivasi dalam menyelesaikan penulisan Skripsi ini.

Dalam segala hal ini penulis menyadari akan kekurangan dalam penulisan skripsi ini, hal ini disebabkan keterbatasan kemampuan penulis, untuk itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan guna sebagai perbaikan dan penyempurnaan penulisan ini.

Semoga penyusunan skripsi ini bermanfaat bagi seluruh pembaca pada umumnya dan bagi penulis khususnya. Semoga apa yang kita kerjakan selama ini menjadi amal kita di hadapan Allah SWT. Amin.

Malang, Juni 2014

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Lembar Persetujuan	ii
LembarPengesahan	iii
Daftar Isi.....	iv
BAB I Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Batasan Masalah	7
BAB II Kajian Pustaka	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Landasan Teori	12
2.2.1 Pengertian jasa	12
2.2.2 Karakteristik jasa.....	13
2.2.3 Strategi Pemasaran jasa.....	14
2.2.4 Kualitas pelayanan	17
2.2.5 Kepuasan Pelanggan/ Konsumen	28
A. Faktor – faktor kepuasan konsumen	28
B. Mengukur kepuasan konsumen.....	29
2.3 Pengaruh antar variable penelitian	30
2.4. Kerangka pemikiran teoritis	35
2.5 Hipotesis penelitian	36
BAB III Metode Penelitian	38
3.1 Lokasi Penelitian	38
3.2 Jenis Dan Pendekatan Penelitian	39
3.3 Jenis Dan Sumber Data	40
3.5 Teknik Pengumpulan Data	41

3.6 Analisis Data	48
BAB IV PAPARAN DATA DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN .	58
4.1 Gambaran Umum.....	58
4.2 Struktur Organisasi	60
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	61
BAB V PENUTUP.....	92
5.1 Kesimpulan	92
5.2 Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA	95

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: Top Brand Award Jasa Kurir 2013	5
Tabel 2.1 Daftar Penelitian Terdahulu	9
Tabel 3.1 Variable Independent	46
Table 3.2 Durbin Watson	53
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	61
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Variabel BUKti Fisik (X_1)	63
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Variabel Keandalan (X_2)	65
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Variabel daya tanggap (X_3).....	66
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Variabel Jaminan(X_4).....	68
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Variabel Empati (X_5)	69
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Variabel Tingkat kepuasan pelanggan (Y)	70
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas	73
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	74
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas	75
Tabel 4.10 : Hasil Uji Autokorelasi	78
Tabel 4.11 : Hasil Uji Multikolinieritas	79
Tabel 4.12 Uji Heteroskedastisitas	80
Tabel 4.13 : Persamaan Regresi	78
Tabel 4.14 Koefisien Korelasi dan Determinasi	84
Tabel 4.15. Uji F/Serempak	85
Tabel 4.16 Hasil Uji t / Parsial	86

ABSTRAK

Fendi Wicaksono, 2014, SKRIPSI, Judul : “Pengaruh kualitas pelayan terhadap kepuasan konsumen JNE Malang

Pembimbing : Dr. H. Nur Asnawi, M. Ag

Kata Kunci : kualitas pelayanan yang meliputi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah dimensi dalam kualitas pelayanan yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh terhadap kepuasan konsumen JNE dan menganalisis faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen JNE cabang Malang

Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen JNE Malang. Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan metode kuesioner terhadap 100 orang responden, yang bertujuan untuk mengetahui tanggapan responden terhadap masing – masing variabel. Analisis yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (multikolinearitas, normalitas, heteroskedastisitas), analisis regresi linear berganda, *uji goodness of fit* (uji F, uji t, koefisien determinasi).

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut : $Y = 1,437 + 0,188 X_1 + 0,300 X_2 + 0,270 X_3 + 0,303 X_4 + 0,385 X_5$. Berdasarkan analisis data statistik, indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan variabelnya bersifat reliabel. Pada pengujian asumsi klasik, model regresi bebas multikolonieritas, tidak terjadi heteroskedastisitas, dan berdistribusi normal. Urutan secara individu dari masing-masing variabel yang paling berpengaruh adalah variabel empati dengan koefisien regresi sebesar 0,385, lalu jaminan dengan koefisien regresi sebesar 0,303 kemudian diikuti dengan *keandalan* dengan koefisien regresi sebesar 0,300, dan daya tanggap dengan koefisien regresi sebesar 0,270 sedangkan variabel yang berpengaruh paling rendah adalah bukti fisik dengan koefisien regresi sebesar 0,188. JNE cabang Malang perlu mempertahankan elemen-elemen yang sudah dinilai baik oleh pelanggan serta perlu memperbaiki hal-hal yang masih kurang.

Kata Kunci:

kualitas layanan, (bukti fisik) yang nyata, keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), empati (peduli), memuas konsumen

ABSTRAK

Fendi Wicaksono, 2014, Thesis, Title: "Influence of the waitress quality on customer satisfaction JNE Malang

Preceptor : Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag

Key Word s: kualitas pelayanan yang meliputi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati

This study aims to determine whether the dimensions of service quality that is tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy JNE effect on customer satisfaction and analyzing the most dominant factor influencing customer satisfaction in Malang branch JNE

The population in this study is the consumer JNE Malang. In this study data were collected by questionnaire to 100 respondents, which aims to determine the respondents to each - each variable. The analysis used include uji validitas, reliability test, the classic assumption test (multicollinearity, normality, heteroscedasticity), multiple linear regression analysis, goodness of fit test (F test, t test, the coefficient of determination).

Based on the results of the study, obtained the following regression equation: $Y = 1.437 + 0.188 X_1 + 0.300 X_2 + 0.270 X_3 + 0.303 X_4 + 0.385 X_5$. Based on statistical data analysis, the indicators in this study are valid and variables are reliable. In the classical assumption test, regression models multikolinieritas free, does not occur heteroscedasticity, and normal distribution.

Individual sequences from each of the most influential variable is the variable empathy with regression coefficient of 0.385, and guarantees the regression coefficient of 0.303, followed by the reliability of the regression coefficient of 0.300, and responsiveness with regression coefficient of 0.270 whereas the most influential variable low is the physical evidence of the regression coefficient of 0.188. JNE Malang branch needs to maintain the elements that have been considered good by customers as well as the need to fix the things that are lacking.

Key Words:

quality of service, tangible (physical evidence), reliability (reliability), responsiveness (responsiveness), assurance (assurance), empathy (caring), consumer satisfact

مستخلص البحث

فندي ويجكسانا، 2014، بحث جامعي، العنوان : تأثير نوعية الخدمة على رضا العملاء JNE

مالانج

المشرف : الدكتور الحاج نور أسنوي الماجستير

كلمة رئيسية : يشتمل نوعية الخدمة إلى المادية، والموثوقية، الاستجابة و ضمان والتعاطف

يهدف هذا البحث ليعرف هل المجال نوعية الخدمة أعني المادية، والموثوقية، الاستجابة و ضمان والتعاطف يتأثر على رضا العملاء JNE مالانج، و يهدف أيضا في تحليل العوامل الأقوى منها.

المجتمع في هذا البحث أعني العملاء JNE مالانج، وطريقة جمع البيانات باستخدام الإستبيان إلى 100 مستجيبا. وزع الإستبيان ليعرف عن رأي مجيب من كل المتغير. التحليل الذي مستعمل فيه أعني إحتبار الصدق، إحتبار الثبات، إحتبار الفردية الكلاسيكية (*multikolinearitas, normalitas, heteroskedastisitas*) تحليل الإنحدار لتنبؤ، إحتبار

(*uji F, uji t, koefisien determinasi*) goodness of fit

ونتيجة البحث، هناك معادلة الإنحدار كما يلي : $Y=1.437 + 0.188X1 + 0.300X2 + 0.270X3 + 0.303X4 + 0.385X5$. ومن تحليل إحصائ، مؤثرت هذا البحث قد كان في درجة الصدق ومتغيره الثبات. في إحتبار فرضية الكلاسيكي، الإنحدار حري من *multikolonieritas*، ثم عدم فيه *heteroskedastisitas* وتوزع بالعدل. و التأثير المتغير من الأقوى إلى أضعف أعني: التعاطف بعدد 0,385، ثم ضمان بعدد 303,0، ثم يتبع الموثوقية بعدد 0,300، ثم الاستجابة بعدد 0,270، أما المتغير الذي أضعف في أثره أعني المادية بعدد 0,188. يحتاج JNE مالانج إلى التأكيد أو يمك بالقبوي كل ما فيها و تحسين الذي ينقص فيها.

كلمة رئيسية: الخدمة، المادية، الموثوقية، الإستجابة، ضمان، التعاطف، رضا العملاء