

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