PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNAAN JASA PENGIRIMAN BARANG J&T EXPRESS CABANG KOTA BARU DRIYOREJO

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen

Diajukan Oleh :

FAJAR ROHMAN SAHID
NPM. 13420118

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA

2020

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	:	**FAJAR ROHMAN SAHID**
NPM	:	**13420118**
Alamat	:	**DRIYOREJO KOTABARU**
Program Studi	:	**MANAJEMEN**
Fakultas	:	**EKONOMI DAN BISNIS**

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Penggunaan Jasa Pengiriman Barang J&T Express Cabang Kota Baru Driyorejo

Adalah benar-benar karya sendiri dan bebas dari plagiat, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 28Agustus 2020
Yang membuat pernyataan,

METERAI TEMPEL
E109DAHF581971730
6000
ENAM RIBU RUPIAH

FAJAR ROHMAN SAHID
NPM. 13420118

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNAAN JASA PENGIRIMAN BARANG J&T EXPRESS CABANG KOTA BARU DRIYOREJO

Diajukan oleh:

FAJAR ROHMAN SAHID
NPM. 13420118

TELAH DISETUJI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:

DOSEN PEMBIMBING

LESTARI, S.E., MM **Tanggal,** 28 - 8 - 2020

KETUA PROGRAM STUDI

Dr. SITI DJAMILAH, SE., M.Si **Tanggal,** 28 - 8 - 2020

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNAAN JASA PENGIRIMAN BARANG J&T EXPRESS CABANG KOTA BARU DRIYOREJO

Diajukan oleh:

FAJAR ROHMAN SAHID
NPM. 13420118

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Pembimbing Utama	Anggota Dewan Penguji Lain
LESTARI, S.E., MM	**Dewi Nuraini, SE.,M.SM**
	Bambang Setyadarma, SE.,M.Ak

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi

Tanggal : 28-08-2020

Dr. SITI DJAMILAH, SE., M.Si
Ketua Program Studi

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah, berkat rahmat Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, dengan melalui proses pembelajaran yang cukup lama dengan mengalami banyak kendala, hambatan dan tentu saja pengalaman yang luar biasa dalam penyusunan skripsi ini. Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang selalu memberi petunjuk, membantu penulis sehingga hambatan dan kendala dapat terlewati dengan baik.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kekurangan dan kelemahan baik ditinjau dari segala aspek karena memang manusia tidak ada yang sempurna, dan diantara kesempurnaan manusia adalah kelebihan dan keistimewaan manusia yang saling melengkapi antara individu yang satu dengan yang lainya maka, penulis menerima kritik dan saran yang membangun guna menambah wawasan yang lebih lanjut. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang tak terhingga kepada Ayah dan ibu yang selalu mendoakan supaya penulis cepat selesai dalam menempuh kuliah. Penulis juga menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya sebagai penghormatan kepada:

1. Bapak Prof. H. Sri Harmadji,.Sp.,THT –KL., (K) selaku rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM, M.Ak.Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

3. Ibu Dr. Siti Djamilah, SE., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Ibu Maqbulla Arochman, SE, M.Ak. selaku Dosen Wali yang selalu memotivasi penulis untuk segera menyelesaikan Skripsi ini
5. Bapak Lestari, SE. MM. selaku Dosen Pembimbing penyusunan skripsi yang dengan sabar dan telaten memberikan bimbingan dan arahan sehingga penyusunan Skrispsi ini dapat terselesaikan.
6. Seluruh Bapak/Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan.
7. Seluruh teman-teman seangkatan, kalian semua inspirasiku

Demikian kata pengantar ini sebagai pembuka dari skripsi ini dan saran yang membangun selalu terbuka lebar untuk kesempurnaan dalam penulisan.

Surabaya, 02 Juli 2020

Penulis

FAJAR ROHMAN SAHID
NPM. 13420118

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT ii

HALAMAN PERSETUJUAN iii

HALAMAN SUSUNAN DEWAN PENGUJI iv

KATA PENGANTAR v

DAFTAR ISI vii

DAFTAR TABEL xii

DAFTAR GAMBAR xiii

DAFTAR LAMPIRAN xiv

ABSTRAK xv

ABSTRACT xvi

BAB IPENDAHULUAN 1

1.1. Latar Belakang Masalah 1

1.2 Rumusan Masalah 7

1.3 Tujuan Penelitian 7

1.4 Manfaat Penelitian 8

1.4.1 Manfaat teoritis 8

1.4.2 Manfaat praktis 9

1.5 Sistematika Skripsi 9

BAB II TELAAH PUSTAKA 11

2.1 Landasan Teori 11

2.1.1 Konsep Pemasaran Jasa 11
2.1.2 Proses Pemasaran Jasa 12
2.1.3 Marketing Digital 16
2.1.4 Karakteristik Pemasaran Jasa 18
2.1.4 Konsep Pelayanan Jasa Pengiriman Barang 21
2.2 Kualitas Pelayanan 24
2.2.1 Mengelola Kualitas Pelayanan Jasa 25
2.2.2 Dimensi Kualitas Pelayanan 28
2.3 Konsep Kepuasan Pelangan 30
2.3.1 Pengukuran Kepuasan Pelanggan 35
2.4 Penelitian Sebelumnya 38
2.5 Hipotesis dan Model Analisis 39
2.5.1 Hipotesis 39
2.5.2 Model analisis 39
BAB IIIMETODE PENELITIAN 41
3.1 Pendekatan penelitian 41
3.2 Populasi dan Sampel 42
3.2.1 Populasi 42
3.2.2 Sampel 42
3.3 Identifikasi Variabel 43
3.4 Devinisi oprasional variabel 44
3.4.1 Kualitas Pelayanan 44
3.4.2 Kepuasan Pelanggan 46

3.5 Jenis dan Sumber Data 47

3.6 Prosedur Pengumpulan Data 48

3.7 Teknik Analisis 48

3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas 48

3.7.2 Uji Asumsi Klasik 49

3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda 52

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 57

4.1 Gambaran Umum Penelitian 57

4.1.1 Sejarah Singkat PT. J&T Express 57

4.1.2 Visi, Misi Perusahaan dan Moto Perusahaan 61

4.1.3 Gambaran Pengumpulan Data Penelitian 62

4.2 Hasil Penelitian 62

4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden Penelitian 62

4.2.2 Deskripsi Distribusi Data Variabel Penelitian 65

4.3 Teknik Analisa Data 78

4.3.1. Uji Validitas dan Reliabilitas 78

4.3.2. Uji Asumsi Klasik 80

4.3.3. Hasil Pengujian Analisis Regresi 84

4.3.4. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) 87

4.3.5 Hasil Pengujian Hipotesis 88

4.3.5.1 Hasil Uji Kelayakan Model R egresi (*Goodness of Fit*) Hipotesis 1 88

4.3.5.2 Hasil Uji t 89

4.3.5.3 Hasil Uji Pengaruh Dominan 97

4.4 Pembahasan 97

4.4.1 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan ... 97

4.4.2 Bukti Langsung/Fisik (*Tangible)* Tidak Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan 99

4.4.3 Kehandalan *(Reability)* Berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan 101

4.4.4 Daya Tangap (*Responsivenes)* Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan 102

4.4.5 Jaminan *(Assurance)* Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan 102

4.4.6 Empati *(Emhathy)* Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan 103

DAFTAR PUSTAKA 105

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya 38

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berbasarkan Jenis Kelamin 63

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 64

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 65

Tabel4.4 Kategori Penilaian..... 66

Tabel 4.5 Data Deskripsi Statistik Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Dimensi Bukti Langsung/Fisik (*Tangible)* (X1).... 67

Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Dimensi Bukti Langsung/Fisik (*Tangible)* (X1).... 68

Tabel 4.7 Data Deskripsi Statistik Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Dimensi Kehandalan *(Reability)* (X2) 69

Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Dimensi Kehandalan *(Reability)* (X2) 70

Tabel 4.9 Data Deskripsi Statistik Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Dimensi Daya Tangap (*Responsiveness)* (X3) 71

Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Dimensi Daya Tangap (*Responsiveness)* (X3) 72

Tabel 4.11 Data Deskripsi Statistik Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Dimensi Jaminan *(Assurance)*(X4) 73

Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Dimensi Jaminan *(Assurance)*(X4) 74

Tabel 4.13 Data Deskripsi Statistik Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Dimensi Empati *(Emphaty)*(X5)..... 74

Tabel 4.14 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Dimensi Empati *(Emphaty)*(X5)..... 76

Tabel 4.15 Data Deskripsi Statistik Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Variabel Kepuasan (Y) 76

Tabel 4.16 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Variabel Kepuasan (Y) 77
Tabel 4.17 Hasil Pengujian Validitas 78
Tabel 4.18 Hasil Pengujian Reliabilitas 80
Tabel 4.19 Hasil Pengujian Normalitas 81
Tabel 4.20 Hasil Pengujian Multikolinearitas 83
Tabel 4.21 Hasil Pengujian Analisis Regresi 84
Tabel 4.22 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)..... 87
Tabel 4.23 Hasil Uji F (Kelayakan Model/ *Goodness of Fit*) 89
Tabel 4.24 Hasil Uji t (Pengaruh Parsial) 90
Tabel 4.25 Hasil Uji t (Pengaruh Dominan) 97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Pelanggan J&T cabang Kota Baru DriyorejoGresik Tahun 2019 4

Gambar 2.1 Konsep Kepuasan Pelanggan 35

Gambar 2.2 Kerangka Konsep Penelitian 40

Gambar 3.1 Kurva Distribusi F 55

Gambar 3.2 Kurva Distribusi t 56

Gambar 4.1 Grafik Hasil Pengujian Normalitas P-P plot Normalitas 81

Gambar 4.2 Grafik *Scatterplot* Hasil Pengujian Heteroskedastisitas 82

Gambar 4.1 Kurva Distribusi Uji t Bukti Langsung/Fisik (*Tangible)* Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) 92

Gambar 4.2 Kurva Distribusi Uji t Kehandalan *(Reability)* (X_2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) 93

Gambar 4.3 Kurva Distribusi Uji t Kehandalan *(Reability)* (X_2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) 94

Gambar 4.4 Kurva Distribusi Uji t Jaminan *(Assurance)*(X_4) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) 95

Gambar 4.5 Kurva Distribusi Uji t Empati *(Emphaty)*(X_5) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) 96

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 : Input Data Penelitian

Lampiran 3 : Ouput data SPSS

Lampiran 4 : Tabel R/t/f

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express Cabang Driyorejo. Variabel bebas dalam penelitian ini terdiri dari dimensi variabel Bukti Langsung/Fisik (*Tangible)*, Kehandalan *(Reability)*, Daya tangap (*Responsivenes)*, Jaminan *(Assurance)*dan Empati *(Emphaty)*. Sedangkan variabel terikat adalah variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Dalam penelitian ini, penentuan sampel dilakukan dengan prosedur *purposive sampling*. Sampel yang digunakan sebanyak 96 orang. Sebelum dilakukan uji hipotesis dilakukan uji validits, reliabilitas serta uji asumsi klasik sebagai syarat regresi. Hasilnya adalah semua variabel valid dan reliabel serta memenuhi kriteria asumsi klasik. Hasil hipotesis menunjukan bahwa uji F sebagai uji kelayakan model menunjukkan masing-masing variabel layak diuji secara regresi linier berganda dengan signifikansi kurang dari nila standard α (0,05). Uji Hiptesis parsial menjunjukkan Kehandalan *(Reability)*, Daya tangap (*Responsivenes)*, Jaminan *(Assurance)*dan Empati *(Emphaty)* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan. Sedangkan variabel Bukti Langsung/Fisik (*Tangible)* tidak berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan, Diantara media sosial dan *word of mouth* (WOM) Adapun berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian adalah Empati *(Emphaty).*

Kata Kunci :Kualitas pelayanan, Bukti Langsung/Fisik, Kehandalan, Daya tangap, Jaminan, Empati, kepuasan pelanggan

ABSTRACT

The purpose of this study was to examine the motivation of Service Quality on Customer Satisfaction of Driftorejo's J&T Express Branch. The independent variables in this study consisted of variable variables Direct / Physical (Tangible), Reliability (Reability), Responsiveness (Responsivenes), Assurance (Assurance) and Empathy (Emphaty). While the independent variable is the variable Customer Satisfaction (Y). In this study, sampling was carried out using a purposive sampling procedure. The sample used was 96 people. Before testing the hypothesis, a validity test, a reliability test and a classic assumption test are used as a regression condition. Accept all valid and reliable variables and meet the classic acceptance criteria. The results of the hypothesis indicate that the F test as a model feasibility test shows that each variable deserves multiple linear regression with a significance smaller than the standard value α (0.05). Hypothesis test partially shows reliability (reliability), responsiveness (Responsivenes), Guarantee (Guarantee) and Empathy (Emphaty) have a significant effect on customer satisfaction. While the variable Direct / Physical Evidence (tangible) does not conflict with customer satisfaction, Among social media and word of mouth (WOM) Being dominant against purchasing decisions is Empathy (Emphaty).

Keywords: *Service quality, Physical Direct Evidence, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, customer satisfaction*