

ABSTRAK

Persaingan bisnis di Indonesia memacu para pelaku bisnis untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya dibidang apapun juga yang mereka jalani. Dalam hal ini penulis memfokuskan diri pada bidang jasa, khususnya jasa pengiriman barang, yang senantiasa menuntut kualitas pelayanan yang terbaik yang sesuai dengan harapan pelanggannya guna mendapatkan kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian diatas, maka dilakukan penelitian pada Perusahaan pengiriman barang PT TIKI JNE Setrasari Mall Bandung, untuk menganalisa pengaruh kualitas layanan yang diberikan Perusahaan tersebut dengan kepuasan yang diterima konsumennya. Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi yang dapat dijadikan sebagai dasar bagi pihak manajemen PT TIKI JNE dalam meningkatkan kualitas pelayanannya agar dapat segera terbentuk kepuasan konsumen.

Dengan berbekal 5 dimensi *service quality* dari **Parasuraman**, yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* dilakukan penelitian pada 220 orang responden pemakai jasa layanan PT TIKI JNE.

Setelah dilakukan Uji validitas, reliabilitas, dan analisis regresi dengan alpha signifikan 0,05 ternyata pada analisis regresi seluruh nilai $\alpha > 0,05$ maka dengan demikian H_0 diterima dan sebaliknya H_1 ditolak, sehingga dapat disimpulkan, jika diukur menggunakan 5 dimensi *service quality* dari **Parasuraman**, kualitas layanan jasa yang diberikan oleh PT TIKI JNE tidak mempengaruhi kepuasan konsumennya. Mungkin ada faktor-faktor lain diluar 5 dimensi tersebut yang membuat konsumen merasa puas atas pelayanan yang diberikan PT TIKI JNE tersebut.

DAFTAR ISI

ABSTRAK

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI.....i

DAFTAR TABEL.....vi

DAFTAR GAMBAR.....ix

Bab I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Persoalan Penelitian.....	4
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Kegunaan Penelitian.....	5
1.5 Kerangka Pemikiran.....	6
1.6 Hipotesis.....	8

Bab II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Pemasaran.....	12
2.2 Prinsip Pemasaran.....	13
2.3 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	14
2.4 Bauran Pemasaran.....	15
2.4.1 Pengertian Bauran Pemasaran.....	15
2.4.2 Bauran Pemasaran Untuk Jasa.....	17

2.5 Jasa	
2.5.1 Pengertian Jasa.....	23
2.5.2 Klasifikasi Jasa.....	24
2.5.3 Karakteristik Jasa.....	25
2.6 Pengertian Kualitas dan Kualitas Jasa.....	28
2.6.1 Pengertian Kualitas.....	28
2.6.2 Dimensi Kualitas Jasa.....	29
2.6.3 Pengelolaan Mutu Jasa.....	32
2.6.4 Faktor-Faktor Penyebab Kualitas Jasa Yg Buruk.....	36
2.6.5 Strategi Meningkatkan Kualitas Jasa.....	36
2.7 Nilai Yang Diterima Pelanggan.....	40
2.8 Kepuasan Pelanggan.....	41
2.8.1 Pengertian Kepuasan dan Ketidakpuasan Pelanggan.....	41
2.8.2 Strategi Kepuasan Pelanggan.....	43
2.8.3 Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	45
2.8.4 Konsep Kepuasan Pelanggan.....	47
2.8.5 Hubungan Nilai dan Kepuasan Pelanggan.....	48
2.9 Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa terhadap Kepuasan Konsumen.....	50

BAB III. OBJEK dan METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....	53
3.1.1 Sejarah Perusahaan.....	53
3.1.2 Struktur Organisasi.....	58

3.2 Metode Penelitian	60
3.2.1 Desain Penelitian.....	60
3.2.2 Definisi Variabel.....	60
3.2.2.1 Variabel Bebas.....	60
3.2.2.2 Variabel Tidak Bebas.....	60
3.3 Variabel Operasionalisasi	61
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	64
3.4.1 Data Primer.....	64
3.4.2 Data Sekunder	64
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	64
3.5.1 Teknik Penentuan Sampel.....	64
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data	65
3.5.2.1 Pengamatan/Observasi.....	65
3.5.2.2 Kuesioner (Angket).....	65
3.6 Metode Analisis Data	66
3.6.1 Kualitatif.....	67
3.6.2 Kuantitatif	67

Bab IV. HASIL PENELITIAN dan PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden	69
4.1.1 Berdasarkan Jenis Kelamin	70
4.1.2 Berdasarkan Usia	70

4.1.3 Berdasarkan Frekuensi Kunjungan	70
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	72
4.2.1 Uji Validitas.....	72
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	76
4.3 Tanggapan Responden thp Dimensi Kualitas Pelayanan di PT TIKI JNE....	77
4.3.1 Peralatan yang Modern.....	78
4.3.2 Fasilitas Fisik Menarik Secara Visual	79
4.3.3 Sambutan Ketika Konsumen Datang.....	79
4.3.4 Barang yang Dikirim Sampai dengan Selamat	80
4.3.5 Perusahaan Bersedia Mengganti Kerugian.....	81
4.3.6 PT TIKI JNE Melayani Sesuai Antrian	81
4.3.7 Karyawan PT TIKI JNE Bersedia Membantu Konsumen.....	82
4.3.8 Karyawan Merespon Kebutuhan Konsumen	83
4.3.9 Nama merek dan Perilaku Karyawan yang Menimbulkan Kepercayaan.....	84
4.3.10 Perasaan Aman Ketika Bertransaksi.....	85
4.3.11 Karyawan Memberikan Perhatian personal kepada Konsumen.....	86
4.3.12 Karyawan Mengutamakan Kepentingan Konsumen	86
4.4 Tanggapan Responden thp Dimensi Kepuasan Konsumen di PT TIKI JNE....	87
4.4.1 Seharusnya karyawan PT TIKI JNE Berpenampilan Rapi.....	88
4.4.2 Seharusnya Materi Layanan PT TIKI JNE Menarik.....	88
4.4.3 Seharusnya karyawan PT TIKI JNE Bekerja Tepat Waktu.....	89
4.4.4 Seharusnya Sambutan Ketika Konsumen Datang adalah Baik	90
4.4.5 Seharusnya Bersedia Mengganti Kerugian	90

4.4.6 Seharusnya Karyawan Melayani Sesuai Antrian	91
4.4.7 Seharusnya Karyawan Bersedia Membantu Konsumen	92
4.4.8 Seharusnya Nama merek dan Perilaku Karyawan yang Menimbulkan Kepercayaan	93
4.4.9 Seharusnya karyawan Memiliki Pengetahuan yang Memadai.....	94
4.4.10 Seharusnya Karyawan Memberikan Perhatian personal kepada Konsumen	95
4.4.11 Seharusnya karyawan Memahami Kebutuhan Spesifik Konsumen.....	95
4.5 Hasil Uji Asumsi Regresi Sederhana.....	96
4.6 Pengujian Hipotesis dan Pembahasan.....	100

Bab V. KESIMPULAN dan SARAN

5.1 Kesimpulan.....	109
5.2 Implikasi Manajemen.....	114
5.3 Saran.....	115
5.4 Kelemahan Penelitian.....	116

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Perbandingan Antara Nilai dan Kepuasan pelanggan
Tabel 3.3	Variabel Operasional
Tabel 4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
Tabel 4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia
Tabel 4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan
Tabel 4.2.1	Uji Validitas
Tabel 4.3.1	Peralatan yang dipakai oleh PT TIKI JNE seperti komputer, cash register dan peralatan elektronik lainnya berpenampilan modern
Tabel 4.3.2	Fasilitas PT TIKI JNE seperti gedung dan mobil angkutan yang dipakai berpenampilan menarik
Tabel 4.3.3	Ketika konsumen datang, karyawan PT TIKI JNE menyambut dengan baik dan langsung menanyakan apa keperluan konsumen
Tabel 4.3.4	Barang yang dikirimkan melalui PT TIKI JNE sampai dengan selamat sampai tujuan
Tabel 4.3.5	PT TIKI JNE bersedia mengganti kerugian bila barang yang dikirim cacat diperjalanan dan terlambat sampai tujuan
Tabel 4.3.6	Karyawan PT TIKI JNE melayani anda sesuai dengan antrian
Tabel 4.3.7	Karyawan bersedia membantu konsumen yang berkaitan dengan jasa pelayanan PT TIKI JNE
Tabel 4.3.8	Karyawan PT TIKI JNE cepat tanggap dalam merespon kebutuhan konsumen

- Tabel 4.3.9 Nama Merek(*Brand*) PT TIKI JNE dan gaya bicara serta penampilan karyawannya mampu membuat anda mempercayai mereka
- Tabel 4.3.10 Konsumen merasa aman dalam menggunakan layanan jasa di PT TIKI JNE
- Tabel 4.3.11 Karyawan PT TIKI JNE siap melayani kebutuhan konsumen, sejauh apapun tujuan pengiriman barang yang dituju
- Tabel 4.3.12 PT TIKI JNE berupaya untuk lebih mengutamakan kepentingan konsumen
- Tabel 4.4.1 Seharusnya karyawan PT TIKI JNE berpenampilan rapi
- Tabel 4.4.2 Seharusnya materi layanan yang diberikan PT TIKI JNE sangat menarik
- Tabel 4.4.3 Seharusnya bila PT TIKI JNE berjanji untuk melakukan sesuatu sesuai dengan waktu yang sudah ditetapkan, maka PT TIKI JNE akan menepatinya
- Tabel 4.4.4 Seharusnya ketika konsumen datang, karyawan PT TIKI JNE menyambut dengan baik dan langsung menanyakan apa keperluan konsumen
- Tabel 4.4.5 Seharusnya PT TIKI JNE bersedia mengganti kerugian bila barang yang dikirim cacat diperjalanan dan terlambat sampai tujuan
- Tabel 4.4.6 Seharusnya karyawan PT TIKI JNE melayani sesuai antrian
- Tabel 4.4.7 Seharusnya karyawan PT TIKI JNE bersedia membantu konsumen yang berkaitan dengan jasa pelayanan
- Tabel 4.4.8 Seharusnya nama merek (*brand*) PT TIKI JNE dan gaya bicara serta penampilan karyawannya mampu membuat konsumen percaya
- Tabel 4.4.9 Seharusnya karyawan PT TIKI JNE memiliki pengetahuan yang memadai untuk menjawab pertanyaan yang disampaikan oleh konsumen

- Tabel 4.4.10 Seharusnya PT TIKI JNE siap melayani kebutuhan konsumen, sejauh apapun tujuan pengiriman barang yang dituju
- Tabel 4.4.11 Sebagian besar konsumen tidak mengeluh atas pelayanan yang diberikan oleh PT TIKI JNE
- Tabel 4.5.1 Analisis Regresi Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa *Tangibles* terhadap
- Tabel 4.5.2 Analisis Regresi Dimensi Kualitas Pelayanan *Reliability* terhadap Dimensi Kepuasan Konsumen *Reliability* Dimensi Kepuasan Konsumen *Tangibles*
- Tabel 4.5.3 Analisis Regresi Dimensi Kualitas Pelayanan *Responsiveness* terhadap Dimensi Kepuasan Konsumen *Responsiveness*
- Tabel 4.5.4 Analisis Regresi Dimensi Kualitas Pelayanan *Assurance* terhadap
- Tabel 4.5.5 Analisis Regresi Dimensi Kualitas Pelayanan *Emphaty* terhadap Dimensi Kepuasan Konsumen *Emphaty* Dimensi Kepuasan Konsumen *Assurance*

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1.1 Gambar kerangka Pemikiran
- Gambar 2.1 Gambar Model Mutu Jasa
- Gambar 2.2 Gambar Diagram Keputusan Pelanggan
- Gambar 3.1.2 Gambar Struktur Organisasi