

ABSTRAK

Peneliti tertarik untuk mengangkat tema penelitian “ Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan di Bandung : studi kasus pada Pelanggan J&T Ekspres Bandung”.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian Causal Explanatory. Populasi dalam penelitian ini merupakan pengguna layanan ekspedisi J&T di Universitas Kristen Maranatha Bandung. Sampel dalam penelitian ini adalah pengguna layanan ekspedisi J&T di Universitas Kristen Maranatha Bandung lebih dari 1 kali. Sampel ini di tujukan untuk mengukur seberapa loyal pelanggan J&T di Universitas Kristen Maranatha atas pelayanan yang telah di berikan. Peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel Non-Probability Sampling dengan metode Purposive Sampling

Berdasarkan hasil penelitian, didapat bahwa Terdapat Pengaruh yang signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan, Terdapat Pengaruh yang signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan, dan Terdapat Pengaruh yang signifikan antara Kualitas Layanan dan Kepuasan pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan J&T Ekspres Bandung. Untuk itu, penting bagi perusahaan untuk memastikan Kualitas Pelayanan kepada para konsumen.



ABSTRACT

The researcher was interested in bringing up the research theme "The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty in Bandung: a case study on J & T Ekspres Bandung Customers".

The type of research used in this study is Causal Explanation. The population in this study were users of the J & T expedition service at Maranatha Christian University, Bandung. The sample in this study was J & T expedition service users at Maranatha Christian University in Bandung more than once. This sample was aimed at measuring J & T loyal customers at Maranatha Christian University for the services provided. The researcher used the Non-Probability Sampling sampling technique with the Purposive Sampling method

Based on the results of the study, it was found that there was a significant effect on Customer Service on Customer Satisfaction, obtained a significant influence on Customer Service on Customer Loyalty, and a significant effect on Service Quality and Customer Satisfaction on J & T Ekspres Bandung Customer Loyalty. For this reason, it is important for the company to ensure service quality for the consultants.



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1 Kajian Pustaka	10
2.1.1 Perusahaan	10
2.1.2 Strategi Perusahaan	10
2.1.3. Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	12
2.1.3.1 Bauran Pemasaran Barang	13
2.1.3.2 Bauran Pemasaran Jasa	16
2.1.4 Jasa	19
2.1.4.1 Kategori Bauran Jasa	19
2.1.4.2 Karakteristik Jasa	20
2.1.4.3 Tingkat Produk atau Jasa	22
2.1.4.4 Hierarki Produk Jasa	24
2.1.4.5 Kualitas Jasa atau Pelayanan	25
2.1.4.5.1 Faktor-faktor Menentukan Kualitas Jasa/Layanan	26

2.1.4.5.2	Dimensi Kualitas Jasa/Layanan	29
2.1.4.5.3	Harapan Pelanggan	29
2.1.4.5.4	Praktik Terbaik Manajemen Kualitas Jasa	30
2.1.4.5.5	Kesenjangan yang Menyebabkan Kegagalan Pengiriman Jasa	32
2.1.5	Mengelola Merk Jasa	34
2.1.5.1	Mendeferasiasikan Jasa	34
2.1.5.2	Mengembangkan Strategi Merek untuk Jasa	35
2.1.5.2.1	Memilih Elemen Merek	35
2.1.5.2.2	Penetapan dimensi citra (image)	35
2.1.5.2.3	Perancangan strategi pemerekan	36
2.1.5.3	Mengidentifikasi dan Memuaskan Kebutuhan Pelanggan	36
2.1.5.4	Strategi Jasa Purna Jual	38
2.1.5.4.1	Evolusi Layanan Pelanggan	38
2.1.5.4.2	Imperatif Layanan Pelanggan	39
2.1.6	Kepuasan Pelanggan	39
2.1.6.1	Manfaat Kepuasan Pelanggan	40
2.1.6.2	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	42
2.1.6.3	Teknik-teknik Mengukur Kepuasan Pelanggan	43
2.1.7	Loyalitas Pelangga	44
2.1.7.1	Faktor Loyalitas Pelanggan	45
2.1.7.2	Indikator Loyalitas Pelanggan	47
2.1.7.3	Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Prilaku dan Sikap	48
2.1.7.3.1	Berdasarkan Perilaku	48

2.1.7.3.2	Berdasarkan Sikap	49
2.2	Kerangka Pemikiran	52
2.3	Pengembangan Hipotesis	53
2.4	Kerangka Pemikiran Teoritis	55
2.5	Riset Empiris	56
2.6	Model Penelitian	59
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		60
3.1	Jenis Penelitian	60
3.2	Populasi dan Sampel	61
3.2.1	Populasi dan Objek Penelitian	61
3.2.2	Sampel	61
3.2.3	Teknik Pengambilan Sampel	61
3.2.4	Ukuran Sampel	62
3.3	Definisi Oprasional Variabel (DOV)	63
3.4	Teknik Pengumpulan Data	69
3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas	70
3.5.1	Uji Validitas	71
3.5.2	Uji Reliabilitas	71
3.6	Uji Asumsi Klasik	72
3.6.1	Uji Normalitas	72
3.6.2	Uji Heteroskedastisitas	74
3.6.3	Uji Multikolinearitas	74
3.6.4	Uji Hipotesis	75
3.6.5	Regresi Linier Sederhana	76
3.6.6	Koefisien Determinasi	78

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	79
4.1. Hasil Penelitian	79
4.1.1. Gambaran Demografis Responden Penelitian	79
4.1.2. Analisis Deskriptif jawaban responden	80
4.1.2.1. Analisis deskriptif untuk jawaban responden untuk variabel kualitas layanan	80
4.1.2.2. Analisis deskriptif untuk jawaban responden untuk variabel Kepuasan Konsumen	94
4.1.2.3. Analisis deskriptif untuk jawaban responden untuk variabel Loyalitas Konsumen	100
4.1.3. Pengujian Instrumen Penelitian	105
4.1.3.1 Pengujian Validitas	105
4.1.3.2 Pengujian Reliabilitas	107
4.1.4. Pengujian Asumsi Klasik	108
4.1.4.1 Pengujian Normalitas	108
4.1.4.2 Pengujian Heteroskedastisitas	109
4.1.4.3 Pengujian Multikolinearitas	110
4.1.5. Uji Hipotesis	111
4.1.5.1. Pengaruh yang signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.	111
4.1.5.2. Pengaruh yang signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan.	113
4.1.5.3. Pengaruh yang signifikan Kepuasan pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.	115
4.2. Pembahasan	116
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	120
5.1. Kesimpulan	120

5.2. Implikasi penelitian	121
5.3. Keterbatasan penelitian	121
5.4. Saran	121
DAFTAR PUSTAKA	122



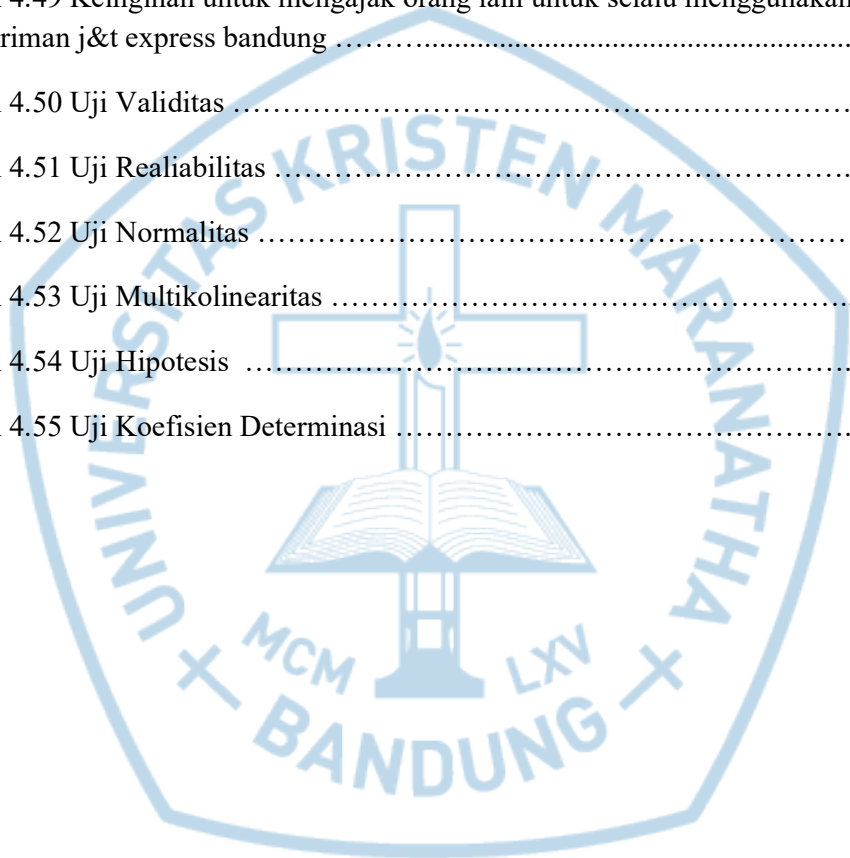
DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Award	5
Tabel 2.1 Kerangka Penelitian	52
Tabel 2.2 Kerangka Pemikiran Teoritis	55
Tabel 2.3 Riset Empiris	56
Tabel 2.4 Model Penelitian	59
Tabel 3.1 Matrik Oprasional Variabel	64
Tabel 3.2 Skala Likert	70
Tabel 4.1 Responden berdasarkan Jenis Kelamin	79
Tabel 4.2 Responden berdasarkan usia	79
Tabel 4.3 Responden berdasarkan pendidikan terakhir	80
Tabel 4.4 Bangunan gedung pelayanan jasa	80
Tabel 4.5 Urutan tata letak pemeriksaan barang	81
Tabel 4.6 Ruang tunggu konsumen	81
Tabel 4.7 Kebersihan dan kerapihan karyawan	82
Tabel 4.8 Kemudahan lahan parkir	82
Tabel 4.9 Ketersediaan alat komunikasi dan informasi	83
Tabel 4.10 Kelengkapan dan kejelasan rambu-rambu prosedur pengiriman	83
Tabel 4.11 Pelayanan pada saat masuk kantor jasa pengiriman	84
Tabel 4.12 Ketepatan menepati apa yang dijanjikan jasa pengiriman	84
Tabel 4.13 Membantu masalah yang dihadapi konsumen	85

Tabel 4.14 Perusahaan jasa memberikan pelayanan tepat waktu	85
Tabel 4.15 Karyawan memberitahu pada konsumen kapan suatu layanan akan diberikan	86
Tabel 4.16 Perusahaan jasa memberikan informasi yang relevan apabila ada perubahan jadwal	86
Tabel 4.17 Karyawan cepat memberikan tanggapan pada keluhan konsumen	87
Tabel 4.18 Kemampuan karyawan melaksanakan pelayanan sesuai yang dijanjikan pada konsumen	88
Tabel 4.19 Kecepatan karyawan dalam menginput data konsumen	88
Tabel 4.20 Kejujuran karyawan apabila terjadi kesalahan	89
Tabel 4.21 Karyawan melaksanakan pelayanan sesuai yang di janjikan kepada konsumen	89
Tabel 4.22 Kemampuan karyawan dalam menjawab pertanyaan konsumen	90
Tabel 4.23 Kepercayaan konsumen atas jasa pengiriman yang diberikan	90
Tabel 4.24 Perlakuan adil petugas dan karyawan dalam memberikan pelayanan kepada setiap konsumen	91
Tabel 4.25 Keamanan terhadap barang-barang yang dimiliki konsumen	92
Tabel 4.26 Setiap karyawan memberikan waktu yang cukup kepada konsumen untuk konsultasi mengenai pengiriman barang	92
Tabel 4.27 Setiap karyawan mampu memberikan pelayanan sesuai harapan konsumen	93
Tabel 4.28 Karyawan memberikan perhatian penuh terhadap konsumen	93

Tabel 4.29 Kedekatan hubungan antara karyawan dengan konsumen	94
Tabel 4.30 Sesuai harapan pelayanan yang diberikan	94
Tabel 4.31 Pelayanan sesuai dengan keinginan konsumen	95
Tabel 4.32 Pemenuhan janji terhadap pelayanan pengiriman	95
Tabel 4.33 Ruang tunggu yang nyaman	96
Tabel 4.34 Kemampuan petugas dalam melayani konsumen	96
Tabel 4.35 Ketersediaan lahan parkir yang luas	97
Tabel 4.36 Keseluruhan pengalaman saya menggunakan jasa penngiriman sangat memuaskan	97
Tabel 4.37 Harga yang diberikan J&T Express lebih memuaskan dibandingkan yang lainnya	98
Tabel 4.38 Keamanan paket pada saat pengiriman sangat memuaskan	99
Tabel 4.39 Sangat memenuhi keinginan yang memuaskan dikarenakan luasnya jangkuan pengiriman	99
Tabel 4.40 Akan menggunakan kembali pelayanan jasa pengiriman J&T Express	100
Tabel 4.41 Harga yang diberikan pelayanan jasa J&T express leih baik dari pesaing	100
Tabel 4.42 Akan memilih J&T Express sebagai pilihan utama dibandingkan pesaing	101
Tabel 4.43 Akan merekomendasikan jasa pengiriman j&t express ke orang lain	101
Tabel 4.44 Akan selalu memaikai jasa j&t express diibandingkan pesaing	102
Tabel 4.45 Keinginan selalu untuk membangun hubbungan baik dengan jasa pengiriman j&t express	103

Tabel 4.46 Akan selalu menggunakan jasa j&t express bandung	103
Tabel 4.47 Keinginan selalu menggunakan jasa J&T express untuk mengirim barang bernilai besar	104
Tabel 4.48 Tidak ingin untuk berpindah menggunakan jasa pengiriman lain walaupun jaaa pengiriman lain menawarkan harga yang lebih murah	104
Tabel 4.49 Keinginan untuk mengajak orang lain untuk selalu menggunakan jasa pengiriman j&t express bandung	105
Tabel 4.50 Uji Validitas	106
Tabel 4.51 Uji Realiabilitas	108
Tabel 4.52 Uji Normalitas	109
Tabel 4.53 Uji Multikolinearitas	110
Tabel 4.54 Uji Hipotesis	112
Tabel 4.55 Uji Koefisien Determinasi	112



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bauran Jasa.....	18
Gambar 2.2 Tingkat Produk atau Jasa	23
Gambar 2.3 Diagram kesenjangan antara persepsi pelayanan dan pelayanan yang di harapkan konsumen	32
Gambar 2.4 Model kualitas jasa	34
Gambar 4.1 Gambar Scatterplot dependent variable: Kepuasan Pelanggan	110



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Kuesioner	126
Lampiran Olah Data	131
Lampiran Riwayat Hidup	152

