

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN
(STUDI KASUS PADA TP. JALUR NUGRAHA EKAKURIR CABANG
MATARAM)**



Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Sarjana Strata
Satu (S1) pada Program Studi Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Mataram

Oleh:

MUHAMMAD RIZKI

21512A0001

**KONSENTRASI ENTREPRENEUR
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
2019**

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN
(Studi kasus pada PT. JNE Cabang Mataram)**

Disusun dan diajukan oleh:

MUHAMMAD RIZKI
21512A0001

**PROGRAM STUDI
ADMINISTRASI BISNIS**

Telah diperiksa dan disetujui untuk di uji pada ujian Skripsi
Mataram, 20 Agustus 2019

Pembimbing I



Drs. H. Abdurrahman, MM.
NIDN. 0804116101

Pembimbing II



Lalu Hendra Maniza, S.Sos, MM
NIDN. 0828108404

Mengetahui,

Ketua Program Studi Administrasi Bisnis


Lalu Hendra Maniza, S.Sos.,MM
NIDN. 0828108404

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN
(Studi kasus Pada PT. JNE Cabang Mataram)**

Disusun dan diajukan oleh:

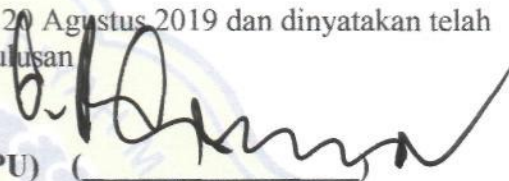
MUHAMMAD RIZKI
21512A0001

**PROGRAM STUDI
ADMINISTRASI BISNIS**

Telah dipertahankan dalam ujian Skripsi pada tanggal 20 Agustus 2019 dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

1. **Drs. H. Abdurrahman, MM**
NIDN. 0804116101

(PU)



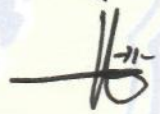
2. **Lalu Hendra Maniza, S.Sos, MM**
NIDN. 0828108404

(PP)



3. **Drs. Amil, MM**
NIDN. 0831126204

(PN)



Mengetahui,

**Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Mataram**





Drs. Amil, MM
NIDN. 0831126204

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram:

Nama : Muhammad Rizki

Nim : 21512A0001

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul *“Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan studi kasus pada PT. JNE Cabang Mataram”* adalah hasil karya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan dan dikutip dengan mengikuti tata penulis karya ilmiah yang lazim. Apabila ternyata terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, hal tersebut sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sadar dan tanpa rekayasa dari pihak manapun.

Mataram, Juni 2019

Yang membuat pernyataan



Muhammad Rizki
NIM. 21512A0001

MOTTO

“Ada banyak hal yang menjadi mudah dengan bersujud, ada banyak harapan mustahil menjadi mungkin dengan berdo’a”



PERSEMBAHAN

Maka Nikmat Tuhanmu yang manakah yang kamu Dustakan?

(QS: Ar-Rahman 13)

Alhamdulillah, puji syukur kepada Allah

Diri ini tiada daya tanpa kekuatan dari-Mu.....

Shalawat dan salamku kepada suri tauladanku Nabi Muhammad SAW..

Ku harap syafaatmu dipenghujung hari nanti...

Dengan segala ketulusan hati ku persembahkan karya ilmiah ini kepada orang-orang yang mempunyai ketulusan jiwa, yang senantiasa membimbingku dan menjadi sahabat selama aku dilahirkan kedunia ini.

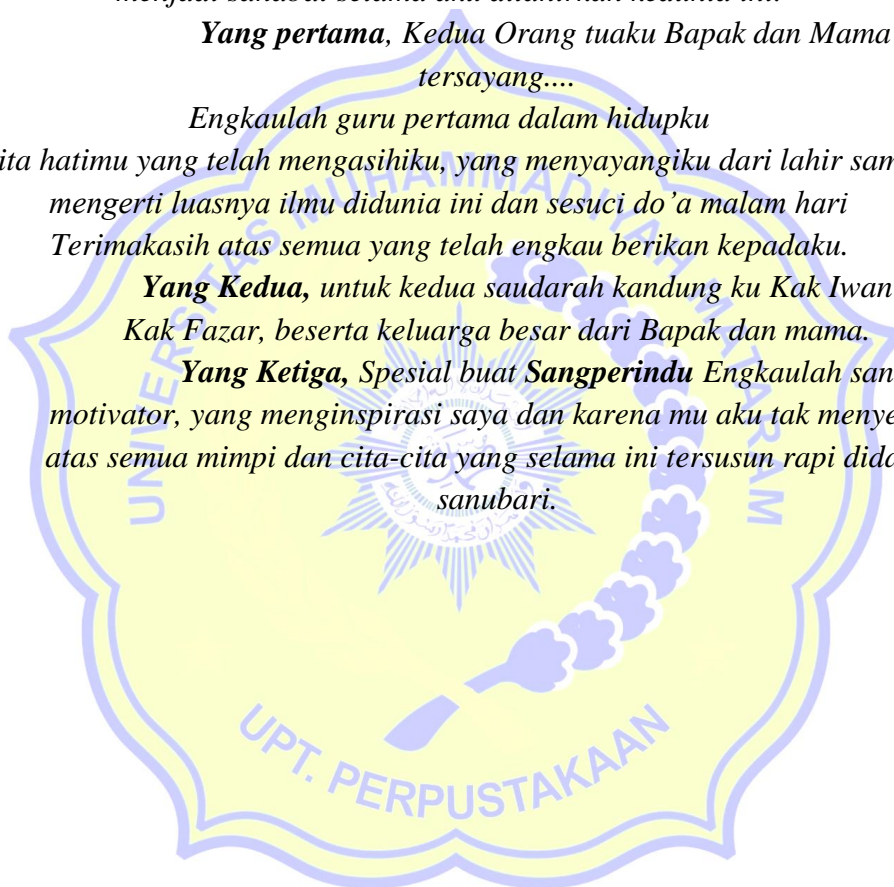
Yang pertama, Kedua Orang tuaku Bapak dan Mama tersayang....

Engkaulah guru pertama dalam hidupku

Pelita hatimu yang telah mengasihiku, yang menyayangiku dari lahir sampai mengerti luasnya ilmu didunia ini dan sesuci do'a malam hari
Terimakasih atas semua yang telah engkau berikan kepadaku.

Yang Kedua, untuk kedua saudarah kandung ku Kak Iwan dan Kak Fazar, beserta keluarga besar dari Bapak dan mama.

Yang Ketiga, Spesial buat **Sangperindu** Engkaulah sang motivator, yang menginspirasi saya dan karena mu aku tak menyerah atas semua mimpi dan cita-cita yang selama ini tersusun rapi didalam sanubari.



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT berkat Rahmat, Hidayah, dan karunia-Nya yang telah memberikan kemampuan, Kemudahan, dan pertolongan-Nya sehingga penulisan Skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada PT. JNE cabang Mataram). Skripsi ini disusun guna melengkapi salah satu persyaratan untuk dalam menyelesaikan studi S1 bagi mahasiswa fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Muhammadiyah Mataram.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. karena itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Drs. H. Arsyad Abd. Gani, M.pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram.
2. Bapak Drs. Amil, MM. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
3. Bapak Lalu Hendra Maniza, S.Sos, MM, sebagai ketua Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Muhammadiyah Mataram selaku Dosen Pembimbing Kedua yang telah memberikan bimbingan, saran, dan dukungan kepada penulis.
4. Bapak Drs. Abdurrahman, MM, selaku dosen pembimbing utama yang telah memberikan bimbingan, saran, dan dukungan kepada penulis.
5. Kepada Bapak dan Ibu dosen Program Studi Administrasi Bisnis khususnya Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
6. Untuk kedua malaikat saya yang tak pernah lelah berusaha dan mendoakan saya dari jauh yaitu kedua orang tua saya dan kedua kakak kandung saya.
7. Untuk keluarga besar dari Ayah dan ibu yang selama ini banyak membantu saya dan tidak dapat saya sebutkan nama satu persatu.

8. Semua sahabat-sahabat sealmamater saya yang tak bisa saya sebutkan satu persatu yang selalu memberikan motivasi, dukungan, semangat, canda dan tawa

Penulis menyadari penulisan Skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan, penulis mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga akhirnya skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis pribadi maupun pembaca pada umumnya.

Mataram, 29 Maret 2019

Penulis

Muhammad Rizki
21512A0001



DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN..... | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iii |
| SURAT PERNYATAAN | iv |
| MOTTO..... | v |
| PERSEMBAHAN..... | vi |
| KATA PENGANTAR..... | vii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR TABEL..... | xii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xiv |
| ABSTRAK | xv |
| ABSTRACT | xvi |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 9 |
| 1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian | 9 |
| 1.3.1 Tujuan | 9 |
| 1.3.2 Manfaat | 10 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 11 |
| 2.1 Penelitian Terdahul | 11 |
| 2.2 Kajian Teori | 13 |
| 2.2.1 Hakikat Kualitas Pelayanan..... | 13 |
| 2.2.1.1 Pengertian Kualitas..... | 13 |
| 2.2.1.2 Pengertian Pelayanan (Jasa) | 14 |
| 2.2.1.3 Karakteristik Pelayanan (Jasa) | 15 |
| 2.2.1.4 Pengertian Kualitas Pelayanan | 15 |
| 2.2.1.5 Dimensi Kualitas Pelayanan..... | 16 |
| 2.1.1.6 Indikator Kualitas Pelayanan..... | 17 |
| 2.2.2 Hakikat Kepuasan pelanggan..... | 17 |

| | | |
|----------------|---|-----------|
| 2.2.2.1 | Pengertian Kepuasan | 17 |
| 2.2.2.2 | Pengertian Pelanggan | 18 |
| 2.2.2.3 | Pengertian Kepuasan Peanggan..... | 18 |
| 2.2.2.4 | Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan .. | 19 |
| 2.2.2.5 | Karakteristik Kepuasan Pelanggan..... | 19 |
| 2.2.2.6 | Indikator Kepuasan Pelanggan | 20 |
| 2.2.3 | Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan | 20 |
| 2.3 | Kerangka Berpikir..... | 21 |
| 2.4 | Hipotesis | 22 |
| BAB III | METODE PENELITIAN | 23 |
| 3.1 | Metode Penelitian | 23 |
| 3.2 | Jenis Penelitian..... | 23 |
| 3.3 | Lokasi dan Waktu Penelitian | 24 |
| 3.4 | Jenis dan Sumber Data..... | 24 |
| 3.4.1 | Jenis Data..... | 24 |
| 3.4.2 | Sumber Data | 24 |
| 3.5 | Teknik Pengumpulan Data..... | 25 |
| 3.6 | Populasi dan Sampel..... | 26 |
| 3.6.1 | Populasi | 26 |
| 3.6.2 | Sampel | 26 |
| 3.7 | Klasifikasi Variabel dan Definisi Operasional Variabel..... | 27 |
| 3.7.1 | Klasifikasi Variabel | 27 |
| 3.7.2 | Definisi Operasional Variabel | 28 |
| 3.8 | Prosedur Analisis Data..... | 29 |
| 3.9 | Teknik Analisis Data..... | 30 |
| 3.9.1 | Uji Instrumen Penelitian | 30 |
| 3.9.2 | Analisis Regresi Linier Berganda | 32 |
| 3.10 | Uji Hipotesis | 33 |
| 3.10.1 | Uji Persial (Uji t)..... | 33 |
| 3.10.2 | Uji F (Uji Simultan) | 33 |
| 3.10.3 | Koefisien Determinasi..... | 34 |

| | |
|---|--------------|
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN..... | 36 |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian | 36 |
| 4.1.1 Sejarah Singkat PT. Jalur Nugraha Ekakurir | 36 |
| 4.2 Gambaran Umum Responden | 36 |
| 4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 37 |
| 4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 37 |
| 4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir | 38 |
| 4.3 Distribusi Jawaban Responden | 39 |
| 4.3.1 Variabel Independen | 39 |
| 4.3.2 Variabel Dependen..... | 44 |
| 4.4 Analisis Data | 45 |
| 4.4.1 Hasil Uji Validitas..... | 45 |
| 4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas..... | 47 |
| 4.4.3 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda..... | 49 |
| 4.5 Hasil Uji Hipotesis Parsial | 50 |
| 4.6 Hasil Uji Hipotesis Simultan | 53 |
| 4.7 Koefisien Determinasi | 54 |
| 4.8 Pembahasan..... | 55 |
| 4.8.1 Hasil Uji Regresi Linier Berganda..... | 55 |
| 4.8.2 Hasil Uji Parsial (Uji t) | 56 |
| 4.8.3 Hasil Uji Simultan (Uji F)..... | 57 |
| 4.8.4 Koefisien Determinasi | 57 |
| BAB V PENUTUP..... | 58 |
| 5.1 Kesimpulan | 58 |
| 5.2 Saran | 60 |
| DAFTAR PUSTAKA | 61 |
| LAMPIRAN..... | |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1.1 Data Konsumen PT. JNE Cabang Mataram 2016..... | 4 |
| Tabel 1.2 Data Konsumen PT. JNE Cabang Mataram 2017..... | 5 |
| Tabel 1.3 Data Konsumen PT. JNE Cabang Mataram 2018..... | 7 |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu | 11 |
| Tabel 3.1 Skala Likert..... | 30 |
| Tabel 4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 37 |
| Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia | 37 |
| Tabel 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir..... | 38 |
| Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel keandalan (X1)... | 39 |
| Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Daya Tanggap (X2)..... | 40 |
| Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Jaminan (X3) | 41 |
| Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Perhatian (X4)... | 42 |
| Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Bukti Fisik (X5) | 43 |
| Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Kepuasan (Y) | 44 |
| Tabel 4.10 Hasil uji validitas | 46 |
| Tabel 4.11 Hasil uji Reliabilitas..... | 48 |
| Tabel 4.12 Hasil regresi linier Berganda..... | 49 |
| Tabel 4.13 Hasil uji Hipotesis Persial..... | 51 |
| Tabel 4.14 Hasil uji Hipotesis Simutan..... | 53 |
| Tabel 4.15 Koefisien Determinasi..... | 53 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|----------------------------|----|
| 2.1 Kerangka Berfikir..... | 21 |
|----------------------------|----|



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Tabulasi Data Jawaban Responden
- Lampiran 3 Output SPSS Uji Validitas Dan Reliabelitas Variabel X1 sampai dengan variabel X5
- Lampiran 4 Output SPSS Uji Validitas Dan Reliabelitas Variabel Y
- Lampiran 5 Output SPSS Hasil Uji Regresi Liniern Berganda
- Lampiran 6 Output SPSS Hasil Uji Persial (Uji t)
- Lampiran 7 Output SPSS Hasil Uji Simultan (Uji F)
- Lampiran 8 Ouput Koefisien Determinasi
- Lampiran 9 Output tabel t dan R



**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN
(STUDI KASUS PADA PT. JNE CABANG MATARAM)**

**Oleh:
MUHAMMAD RIZKI
NIM. 21512A0001**

Pembimbing I : Drs. H. Abdurrahman, MM

Pembimbing II : Lalu Hendra Maniza, S.Sos, MM.

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. JNE Cabang Mataram. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan baik secara simultan maupun parsial dan yang paling dominan. Kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk dan *service* yang dihasilkan perusahaan. Kualitas pelayanan dapat di ukur dengan lima dimensi sesuai dengan urutan derajat kepentingannya yaitu keandalan, daya tanggap, Jaminan, Perhatian, dan Bukti Fisik. Data dikumpulkan dengan metode kuesioner.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kuantitatif dengan teknik analisis data menggunakan SPSS yang meliputi uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi berganda, Uji Hipotesis, Uji F, Uji t, dan koefisien Determinasi dengan jumlah sampel 100 Responden. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Keandalan (X1) berpengaruh paling dominan dengan nilai sebesar 0,337 dibandingkan dengan keempat variabel lainnya Daya Tanggap (X2), Jaminan (X3), Perhatian (X4), dan Bukti Fisik (X5). Dan kelima variabel berpengaruh secara simultan dengan menggunakan uji F (Simultan), dan berpengaruh secara parsial dengan menggunakan uji t (parsial). Koefisien determinasi menunjukkan nilai Adjusted R-Square sebesar 0,597 atau koefisien determinasi sebesar 59,7%.

Kata Kunci : Analisis Kualitas pelayanan, Kepuasan Pelanggan.

***ANALISIS OF THE EFFECT OF SERVICE QUALITY ON COSTUMER
SATISFACTION
(CASE STUDY AT PT. JNE MATARAM BRANCH)***

**Oleh:
MUHAMMAD RIZKI
NIM. 21512A0001**

Pembimbing I : Drs. H. Abdurrahman, MM

Pembimbing II : Lalu Hendra Maniza, S.Sos, MM.

ABSTRACT

This study entitled Analysis of Service Quality for Customer Satisfaction at PT. JNE Mataram Branch. The purpose of this study is to determine the quality of service to customer satisfaction both simultaneously and partially and the most dominant. Service quality is a way of working companies that try to hold continuous quality improvements to the processes, products and services produced by the company. Service quality can be measured in five dimensions according to the order of relative importance, namely reliability, responsiveness, assurance, attention, and physical evidence. Data collected by questionnaire method. The method used in this

study is Quantitative with data analysis techniques using SPSS which includes test Validity, Reliability Test, Multiple Regression, Hypothesis Test, F Test, t Test, and Determination coefficient with a sample of 100 respondents. The results of this study indicate that the Reliability variable (X1) has the most dominant effect with a value of 0.337 compared to the other four variables Response (X2), Guarantee (X3), Attention (X4), and Physical Evidence (X5). And the five influential variables simultaneously using the F test (Simultaneous), and partially influence by using the t test (persial). The determination coefficient shows the Adjusted R-Square value of 0.597 or the determination coefficient of 59.7%.

Keywords: Service quality analysis, customer satisfaction

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini proses pengiriman barang sangat sering dilakukan oleh masyarakat luas dan prosesnya pun berlangsung sangat cepat. Bila sebelumnya masyarakat melakukan transaksi jual beli secara langsung (*konvensional*). Sekarang ini masyarakat Indonesia mulai beralih ke pasar maya dan telah terbiasa dengan transaksi jual beli melalui internet. Tingginya frekuensi pengiriman barang tersebut salah satunya disebabkan oleh maraknya penjualan *Online* dan pengiriman dokumen-dokumen yang dilakukan oleh perusahaan. Hal inilah yang merangsang pasar jasa pengiriman barang semakin tumbuh berkembang. Mungkin pada dahulu kala masyarakat hanya mengenal PT. Pos Indonesia sebagai perusahaan jasa pengiriman, baik surat menyurat ataupun pengiriman barang. Namun kini persaingan antar perusahaan jasa pengiriman semakin sengit karena banyaknya pemain baru yang berdatangan, bahkan perusahaan dari luar negeri pun ikut memasuki pasar jasa pengiriman barang di Indonesia.

Dari beberapa perusahaan jasa yang dikenal oleh masyarakat Jalur Nugraha Ekakurir merupakan salah satu penyedia jasa pengiriman yang cukup terkenal. Dalam perusahaan khususnya dibidang jasa pengiriman paket, harus menempati orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Kunci utama untuk memenangkan persaingan dalam perusahaan adalah dengan cara memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing. Keberhasilan

suatu perusahaan dipengaruhi oleh bagaimana perusahaan memuaskan pelanggan. kepuasan pelanggan secara individu sangat sulit dicapai karena keanekaragaman keinginan pelanggan itu sendiri, oleh karena itulah pelayanan pelanggan hendaknya diarahkan kepada pelayanan yang berkembang seperti sekarang ini, peranan industri jasa pengiriman barang (Ekspedisi) semakin dibutuhkan masyarakat karena seiring dengan pendistribusian akan suatu barang. Ketatnya persaingan pada usaha pengiriman barang terlihat dengan gencarnya penawaran yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan lain, baik dari segi pelayanan maupun dari segi harga. Karena pada umumnya harga merupakan indikator pengukuran akan kualitas suatu barang atau jasa.

Jalur Nugraha Ekakurir merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang pengiriman dan logistik yang bermarkas di Jakarta, Indonesia. Nama resminya adalah Tiki Jalur Nugraha Ekakurir, nama tersebut diambil dari bahasa Sansakerta yang berarti "Jalur Nugraha Ekakurir". Dan kini menjadi salah satu perusahaan kurir terbesar di Indonesia. Jalur Nugraha Ekakurir adalah perusahaan kurir dan logistik terbesar yang didukung secara online yang tersebar luas di Indonesia, melayani pengiriman *express*, penanganan kepabean serta distribusi di Indonesia. kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh banyak hal, salah satunya adalah kualitas jasa, jika kualitas jasa yang diberikan oleh perusahaan Jalur Nugraha Ekakurir dapat dirasakan dengan baik oleh pelanggan, maka pelanggan akan dapat merasa puas.

Kotler dalam Alma (2007:286), mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk dan *service* yang

dihasilka perusahaan. Sedangkan menurut Tjiptono (2007), kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.

Kualitas pelayanan dapat di ukur dengan lima dimensi sesuai dengan urutan derajat kepentingan relatifnya (Tjiptono, 2007), yaitu keandalan, jaminan, bukti fisik, empati dan daya tanggap. Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas pelayanan yang di berikan oleh perusahaan maka kepuasan yang di rasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi.

Menurut Kotler dan Keller (2009:138-139) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Perusahaan akan berhasil memperoleh pelanggan dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan. Ketika pelanggan telah merasa puas maka akan terjalin hubungan harmonis antara produsen dan konsumen, menciptakan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan sebuah perusahaan. Kepuasan konsumen terhadap perusahaan jasa diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu pelayanan sesuai dengan kenyataan yang diterima tentang pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Jika pelayanan suatu perusahaan jasa tersebut jauh dibawah harapan konsumen maka konsumen akan kecewa. Sebaliknya, jika layanan yang diberikan memenuhi harapan konsumen, maka konsumen akan senang.

Harapan konsumen dapat diketahui dari pengalaman mereka sendiri saat menggunakan pelayanan suatu perusahaan jasa, omongan orang lain dan informasi iklan. Jalur Nugraha Ekakurir sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa dituntut untuk memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggannya. Keputusan pelanggan untuk menggunakan jasa pengiriman barang terjadi apabila kualitas pelayanan pada perusahaan pengiriman barang tersebut sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan.

Informasi kepuasan sangat penting sebagai bahan evaluasi untuk menjadikan tempat pengiriman barang lebih baik lagi, berikut adalah data jumlah pengunjung adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1
Data Konsumen PT. JNE Cabang Mataram 2016

| No | Bulan | Jumlah Konsumen PT. JNE Cabang Mataram |
|----|-----------|--|
| 1 | Januari | 9.170 |
| 2 | Februari | 6.616 |
| 3 | Maret | 9.831 |
| 4 | April | 9.680 |
| 5 | Mei | 9.466 |
| 6 | Juni | 7.759 |
| 7 | Juli | 9.316 |
| 8 | Agustus | 9.953 |
| 9 | September | 8.445 |
| 10 | Oktober | 7.678 |
| 11 | November | 7.045 |

| | | |
|-------|----------|---------|
| 12 | Desember | 6.925 |
| Total | | 101.884 |

Sumber : PT,JNE Cabang Mataram, 2016.

Tabel 1.1 di atas menunjukkan bahwa tamu atau pengunjung yang datang ke PT. JNE Cabang Mataram bulan januari 2016 adalah sebanyak 9.170, namun mengalami penurunan pada bulan februari sebanyak 6.616, dan mengalami kenaikan kembali pada bulan maret sebanyak 9.831 kemudian mengalami penurunan pada bulan April sebanyak 9.680 lalu mengalami kenaikan pada bulan mei sebanyak 9.466 kemudian mengalami penurunan kembali pada bulan juni sebesar 7.756 lalu mengalami kenaikan pada bulan juli sebanyak 9.316 kemudian mengalami kenaikan kembali pada bulan Agustus sebanyak 9.953 selanjutnya mengalami penurunan pada bulan september sebanyak 8.445 lalu mengalami penurunan pada bulan November sebanyak 7.045, dan pada bulan Desember mengalami penurunan sebanyak 6.925 pengunjung, Jadi total keseluruhan pengunjung dari bulan januari sampai dengan bulan desember tahun 2016 adalah sebesar 101.884 pengunjung.

Tabel 1.2
Data Konsumen PT. JNE Cabang Mataram 2017

| No | Bulan | Jumlah Konsumen PT. JNE Cabang Mataram |
|----|----------|--|
| 1 | Januari | 9.215 |
| 2 | Februari | 5.978 |
| 3 | Maret | 4.989 |
| 4 | April | 8.689 |
| 5 | Mei | 7.915 |

| | | |
|-------|-----------|--------|
| 6 | Juni | 8.919 |
| 7 | Juli | 9.813 |
| 8 | Agustus | 9.109 |
| 9 | September | 8.236 |
| 10 | Oktober | 7.987 |
| 11 | November | 7.450 |
| 12 | Desember | 9.279 |
| Total | | 97.579 |

Sumber : PT. JNE Cabang Mataram, 2017.

Tabel 1.2 di atas menunjukkan bahwa tamu atau pengunjung yang datang ke PT. JNE Cabang Mataram 2017 mengalami penurunan dari total keseluruhannya sebanyak 97.679 pengunjung. Pengunjung pada bulan januari sebanyak 9.215, kemudian bulan februari mengalami penurunan sebanyak 5.978 sampai dengan bulan Maret sebanyak 4.989. dan kembali naik pada bulan April sebanyak 8.689 kemudian dibulan mei mengalami penurunan kembali sebanyak 7.915 pengunjung. Pada bulan juni mengalami kenaikan kembali sebanyak 8.919, bulan juli 9.831 pengunjung, bulan Agustus sebanyak 9.109 kemudian pada bulan September mengalami penurunan sebanyak 8.236 dilanjutkan dengan bulan Oktober sebanyak 7.987 dan bulan November sebanyak 7.450, kemudian mengalami kenaikan kembali pada bulan Desember sebanyak 9.279 pengunjung.

Tabel 1.3

Data Konsumen PT. JNE Cabang Mataram 2018

| No | Bulan | Jumlah Konsumen PT. JNE Cabang Mataram |
|-------|-----------|--|
| 1 | Januari | 9.918 |
| 2 | Februari | 6.983 |
| 3 | Maret | 8.678 |
| 4 | April | 8.226 |
| 5 | Mei | 7.928 |
| 6 | Juni | 9.725 |
| 7 | Juli | 9.543 |
| 8 | Agustus | 9.928 |
| 9 | September | 6.998 |
| 10 | Oktober | 8.209 |
| 11 | November | 7.990 |
| 12 | Desember | 8.929 |
| Total | | 103.055 |

Sumber : PT. JNE Cabang Mataram, 2018.

Tabel 1.3 diatas menunjukkan bahwa pengunjung yang datang ke PT. JNE Cabang Mataram ditahun 2018 mengalami kenaikan kembali dengan Total Jumlah Pengunjung sebanyak 103.055. bulan januari sebanyak 9.918 pengunjung, kemudian mengalami penurunan pada bulan Februari 6.938 dan mengalami kenaikan pada bulan Maret sebanyak 8.678 pengunjung, bulan April sebanyak 8.226, bulan mei mengalami penurunan sebanyak 7.928 dan mengalami kenaikan pada bulan juni sebanyak 9.725 bulan juli sebanyak 9.543 dan bulan Agustus

sebanyak 9.928 pengunjung, kemudian dibulan September mengalami penurunan sebanyak 6.998 dan dibulan Oktober mengalami kenaikan kembali sebanyak 8.209, penurunan kembali terjadi dibulan November sebanyak 7.990 dan dibulan Desember mengalami kenaikan kembali sebanyak 8.929 pengunjung.

Jalur Nugraha Ekakurir(JNE) Cabang Mataram yang terletak di Jalan Amir Hamzah No. 102, Karang Sukun, Mataram Timur, kecamatan Mataram, Kota Mataram. Lokasi ini dipilih karena merupakan kantor pusat Jalur Nugraha Ekakurir wilayah Mataram, lokasi ini juga yang menjadi objek penelitian didalam penelitian ini. Tingginya permintaan pengiriman barang di Indonesia, tidak terlepas dari campur tangan beberapa penyedia jasa pengiriman barang yang tumbuh di Indonesia. Masing-masing penyedia jasa pengiriman barang mempunyai strategi khusus dalam menjangkau pasar mereka. Perusahaan penyedia jasa pengiriman barang seperti JNE, TIKI, dan POS Indonesia terus bersaing untuk mendapatkan pelanggan dengan strategi pemasaran yang berbeda-beda.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir cabang Mataram. Untuk itu penulis akan melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Mataram”**

1.2 Rumusan Masalah.

Seperti layaknya dengan penelitian ilmiah yakni merumuskan suatu masalah menjadi hal yang sangat penting untuk mengarahkan suatu penelitian. Oleh sebab itu untuk memfokuskan penelitian dan menghindari luasnya pembahasan maka dirumuskan permasalahan adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan yang terdiri dari Variabel Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Perhatian, Dan Bukti Fisik Berpengaruh secara Simultan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Mataram?
2. Apakah kualitas pelayanan yang terdiri dari Variabel Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Perhatian, Dan Bukti Fisik Berpengaruh secara Parsial terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Mataram?
3. Variabel apakah yang berpengaruh paling Dominan terhadap kepuasan pelanggan Pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Mataram?

1.3 Tujuan Penelitian.

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang terdiri dari Variabel Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Perhatian, Dan Bukti Fisik Berpengaruh secara Simultan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Mataram?
2. Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang terdiri dari Variabel Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Perhatian, Dan Bukti Fisik Berpengaruh secara Parsial terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Mataram?

3. Untuk mengetahui Variabel manakah yang berpengaruh paling Dominan terhadap kepuasan pelanggan Pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Mataram?

1.4 Manfaat Penelitian.

Adapun manfaat dalam penelitian ini dapat dibagi menjadi dua bagian yaitu kegunaan secara teoritis dan kegunaan secara praktis. Adapun uraian masing-masing kegunaan penelitian diatas yaitu :

1.4.1 Secara Teoritis.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna dalam menambah wawasan keilmuan dalam pendidikan kaitannya dengan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

1.4.2 Secara Praktis.

Hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi konsumen atau pembaca untuk meningkatkan lagi kualitas pelayanan pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir cabang Mataram.

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dari penelitian terdahulu penulis dapat menjadikan sebagai sumber referensi yang dapat memperdalam bahan kajian dan pembahasan penelitian. berikut merupakan penelitian terdahulu berupa jurnal yang dibuat dalam bentuk tabel sebagai berikut :

Tabel 2.1

| Nama peneliti | Judul penelitian | Hasil penelitian |
|---|--|--|
| Wibowo 2015 | Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. JNE Studi pada PT JNE Surakarta | Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. JNE Surakarta |
| <p>Persamaan : Pada penelitian terdahulu terdapat kesamaan dengan penelitian sekarang yaitu terletak pada variabel kepuasan konsumen atau pelanggan dan menggunakan metode penelitian kuantitatif.</p> | | |
| <p>Perbedaan : Pada penelitian terdahulu menggunakan jenis penelitian Deskriptif, sedangkan penelitian sekarang menggunakan jenis penelitian Asosiatif. Penelitian terdahulu melakukan penelitian pada JNE Surakarta</p> | | |

| | | |
|--|---|--|
| <p>dandilakukan Pada Tahun 2015, sedangkan penelitian sekarang melakukan penelitian pada JNE Cabang Mataram Tahun 2019.</p> | | |
| <p>Sutrisna 2017</p> | <p>Pengaruh kualitas pelayanan dan Harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT JNE Pekanbaru.</p> | <p>Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kualitas layanan (X1) dan Harga (X2) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y)</p> |
| <p>Persamaan : Pada penelitian terdahulu terdapat kesamaan dengan penelitian sekarang yaitu terdapat pada Variabel kepuasan konsumen/pelanggan dan menggunakan metode penelitian kuantitatif.</p> <p>Perbedaan : Pada penelitian terdahulu menggunakan jenis penelitian Deskriptif dan tujuan penelitiannya ada dua yaitu mengenai kepuasan pelanggan dan Harga, sedangkan penelitian sekarang menggunakan jenis penelitian Asosiatif. Penelitian terdahulu melakukan penelitian pada JNE Pekanbaru dan dilakukan Pada Tahun 2017 dengan jumlah sampel 93, sedangkan penelitian sekarang melakukan penelitian pada JNE Cabang Mataram Tahun 2019 dengan jumlah sampel 100 Responden.</p> | | |
| <p>Azis 2016</p> | <p>Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Konsumen</p> | <p>Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan (X) berpengaruh positif</p> |

| | | |
|--|---|---|
| | (Studi kasus pada Pengguna jasa pengiriman Paket PT. Pos Indonesia (Persero)) | terhadap kepercayaan konsumen (Y) jasa pengiriman paket PT. Pos Indonesia |
| <p>Persamaan : Pada penelitian terdahulu terdapat kesamaan dengan penelitian sekarang yaitu terdapat pada Variabel kualitas pelayanan dan menggunakan metode penelitian kuantitatif.</p> | | |
| <p>Perbedaan : Pada penelitian terdahulu studi kasus pada PT. Pos Indonesia (Persero) dengan jumlah sampel 125 Responden, sedangkan penelitian sekarang studi kasus pada PT. JNE Cabang Mataram dengan jumlah sampel 100 Responden.</p> | | |

2.2 Kajian Teori

2.2.1 Hakikat Kualitas Pelayanan

2.2.1.1 Pengertian Kualitas

Goetsh dan Davis dalam fandi Tjiptono (2004:51) merumuskan definisi kualitas yaitu bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Menurut *American society for Quality Control*, kualitas adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten.

Sedangkan definisi kualitas menurut kotler (2009:49) adalah seluruh ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat.

Berdasarkan beberapa uraian teori diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas merupakan karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam memenuhi kebutuhan yang telah ditentukan.

2.2.1.2 Pengertian Pelayanan (Jasa)

Ada beberapa pendapat mengenai pengertian tentang jasa (pelayanan). Bukhari(2005:243) Jasa adalah sesuatu yang dapat diidentifikasi secara terpisah, tidak berwujud yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan. Jasa dapat dihasilkan dengan menggunakan benda-benda berwujud atau tidak.

Menurut Tjiptono(2004:243) Jasa adalah suatu kegiatan ekonomi yang outputnya bukan produk dikonsumsi bersamaan dengan waktu produksi dan memberikan nilai tambah, seperti kenikmatan, hiburan, santai, sehat yang sifatnya tidak berwujud

Sedangkan Menurut Lupiyoadi dalam Rambat dan Hamdani (2006:5)Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lainnya, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak dapat mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksi jasa bisa berhubungan dengan produk fisik atau sebaliknya.

Dari beberapa pengertian jasa menurut para ahli diatas maka dapat disimpulkan bahwa jasa merupakan sebuah kegiatan yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lainnya yang dimana tidak disertai dengan pemindahan hak kepemilikan atas produk atau jasa dan bersifat tidak berwujud.

2.2.1.3 Karakteristik Pelayanan (Jasa)

Jasa memiliki empat karakteristik unik yang dapat membedakannya dengan barang. Keempat karakteristik terdiri dari: *Intangibility*, *Heterogeneity*, *inseparability*, dan *perishability* (Levelock dan Gummeson dalam Ariani, 2009:22-23)

a. Tidak Berwujud (*Intangibility*)

Jasa tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar, atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi.

b. *Heterogeneity*

Jasa memiliki sifat heterogen atau variabel karena merupakan *nonstandardized output*, yaitu terdapat banyak variasi bentuk, kualitas, dan jenis tergaantung pada subjek, waktu, dan tempat jasa tersebut dihasilkan oleh perusahaan.

c. Tidak Terpisahkan (*Inseparability*)

Jasa dijual terlebih dahulu, kemudian diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang bersamaan

d. Tidak Tahan Lama (*Perishability*)

Jasa merupakan komoditas yang mudah usang, tidak dapat disimpan untuk pemakaian ulang diwaktu mendatang, dijual kembali, atau dikembalikan

2.2.1.4 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kotler (Alma 2007:286) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus menerus terhadap proses, produk dan servis yang dihasilkan perusahaan. menurut Tjiptono (2007), kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan

kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.

2.2.1.5 Dimensi Kualitas Pelayanan

Kualitas jasa pada umumnya tidak dilihat dalam konstruk yang terpisah, melainkan secara agregat dimana dimensi-dimensi individual dimasukkan untuk mendapatkan kualitas jasa secara keseluruhan. Tjiptono (2009:269) mengungkapkan bahwa terdapat lima dimensi utama kualitas pelayanan (sesuai urutan derajat kepentingan relatifnya)

1. Keandalan

Keandalan yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan Artinya para karyawan memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan

2. Daya tanggap

Daya tanggap yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap, yakni motivasi para karyawan dalam memecahkan masalah yang dihadapi pelanggan dalam menggunakan jasa

3. Jaminan

Jaminan mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keraguan. Yaitu mengenai pengetahuan baik dari karyawan dalam menangani pertanyaan atau keluhan dari pelanggan.

4. Perhatian

Perhatian meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individu para pelanggan yaitu sikap karyawan yang menunjukkan perhatian yang tulus dalam melayani pelanggan.

5. Bukti fisik

Tampilan fisik meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

2.2.1.6 Indikator kualitas pelayanan

Dalam penelitian ini akan digunakan beberapa indikator untuk mengukur variabel kualitas pelayanan. Indikator yang digunakan adalah sebagai berikut:

- a. Keandalan
- b. Daya tanggap
- c. Jaminan
- d. Perhatian
- e. Bukti Fisik

2.2.2 Hakikat Kepuasan Pelanggan

2.2.2.1 Pengertian Kepuasan

Kotler dan Keller (2009:138-139) mengungkapkan kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan harapannya. Levelock dan wright (2007:102) menyatakan bahwa, kepuasan adalah keadaan emosional, reaksi pasca pembelian mereka, dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, netralitas, kegembiraan dan kesenangan. Kepuasan

dipengaruhi oleh perbandingan layanan yang dipahami dengan pelayanan yang diharapkan, dan sebagai reaksi emosional jangka pendek pelanggan terhadap kinerja pelayanan tertentu.

2.2.2.2 Pengertian Pelanggan

Lupiyoady (2001:134) mendefinisikan pelanggan adalah seorang individu yang secara continue dan berulang kali datang ke tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan memuaskan produk atau jasa tersebut.

Menurut Supranto (2001:21) pelanggan adalah setiap individu yang menerima suatu jenis barang atau jasa dari beberapa orang lain atau kelompok orang.

Menurut Nasution (2004:101) pelanggan adalah semua orang yang menuntut perusahaan untuk memenuhi suatu standar kualitas tertentu yang akan memberikan pengaruh pada performansi perusahaan dan manajemen perusahaan

Dari pengertianpelanggan menurut para ahli diatas maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan merupak seseorang individu atau kelompok yang secara berulang-berulang datang ketempat yang sama demi memuaskan keinginannya dengan harapan mendapatkan suatu jasa dan memuaskan produk atau jasa tersebut.

2.2.2.3 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dan Amstrong (2013:37), kepuasan pelanggan bergantung dari hubungan antara produk yang dirasakan dan harapan pelanggan. Jika produk yang dihasilkan tidak sesuai dengan harapan pelanggan maka pelanggan akan

merasa tidak puas dan begitu juga sebaliknya, jika produk yang dihasilkan sesuai dengan yang diharapkan pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas dan senang.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan titik ukur kesesuaian harapan dengan apa yang secara nyata dirasakan oleh pelanggan terhadap suatu produk atau jasa.

2.2.2.4 Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan

Menurut Juwandi (2004) faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

1. Kualitas produk, pelanggan puas kalau setelah membeli dan menggunakan produk tersebut ternyata kualitas produknya baik.
2. Harga, untuk pelanggan yang sensitif, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena pelanggan akan mendapatkan value for money yang tinggi.
3. Kualitas pelayanan atau service Quality, kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru. Kualitas pelayanan merupakan kendali yang mempunyai banyak dimensi, salah satunya yang populer adalah SERVQUAL
4. Faktor Emotional atau Emotional Factor, pelanggan akan merasa puas (bangga) karna adanya emosional value yang diberikan oleh brand dari produk tersebut. Biaya dan kemudahan, pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

2.2.2.5 Karakteristik Kepuasan Pelanggan

Setelah pelanggan merasa puas maka perusahaan harus bisa mempertahankannya sampai bisa membawa konsumen pada tingkat loyalitas atau setia terhadap produk/jasa tersebut. Kepuasan harus ditingkatkan menjadi tahap

sangat puas, menurut Kotler (2009:48). ciri-ciri konsumen yang sangat puas adalah sebagai berikut:

1. Menjadi setia
2. Membeli lebih banyak jika perusahaan memperkenalkan produk atau jasa yang ada
3. Memberikan komentar yang menguntungkan tentang perusahaan dan produk/jasanya.
4. Kurang memberikan perhatian pada merk, iklan dan kurang sensitif terhadap harga.
5. Memberikan gagasan produk atau jasa pada perusahaan.
6. Memberikan biaya pelayanan yang lebih kecil dari pada pelanggan karena transaksi menjadi menurun.

2.2.2.6 Indikator Kepuasan Konsumen

Indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan, menurut Yuliarmi dan Riyasa (2007) adalah:

1. Kesesuaian kualitas pelayanan dengan tingkat harapan.
2. Tingkat kepuasan apabila dibandingkan dengan yang sejenis
3. Tidak ada pengaduan atau komplain yang dilayangkan

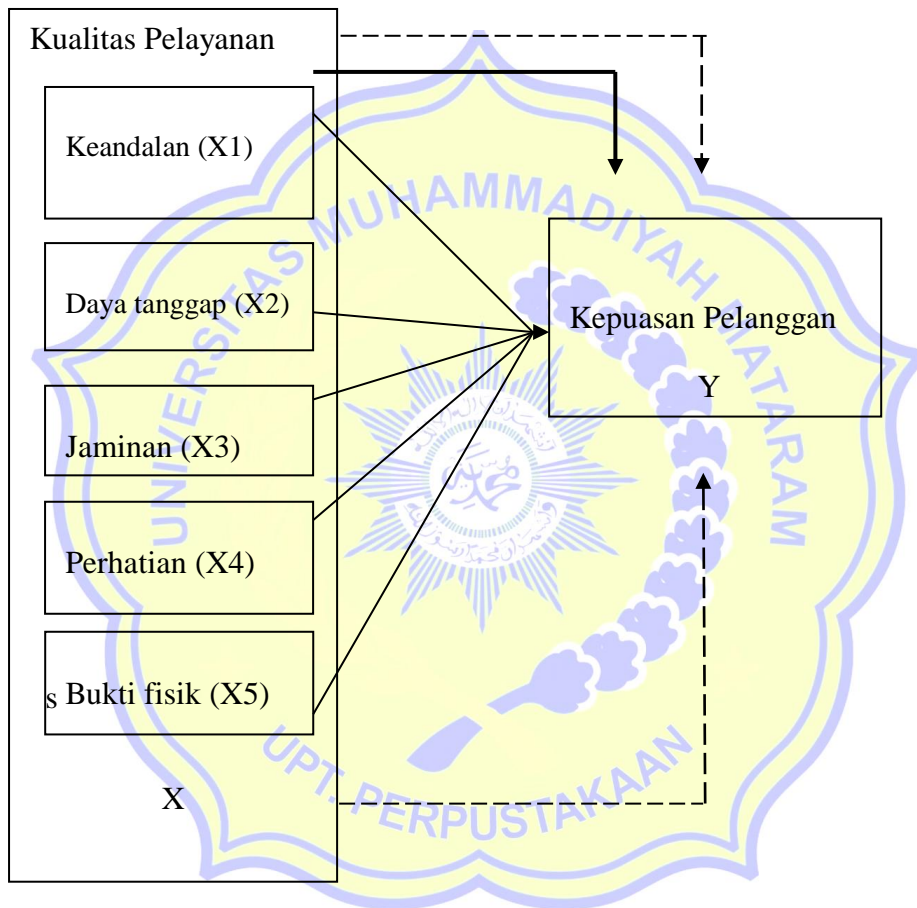
2.2.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka sehingga perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara memaksimalkan pengalaman pelanggan yang

menyenangkan dan meminimalkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

2.3 Kerangka Berpikir.

Kerangka konseptual dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Keterangan :

- = Berpengaruh Secara Parsial.
- - - - -→ = Berpengaruh Secara Simultan.
- = Keandalan Berpengaruh Paling Dominan.

2.4 Hipotesis

Menurut Sugiyono, (2007:84) Hipotesis adalah alternatif dugaan jawaban yang dibuat oleh peneliti bagi problematika yang diajukan dalam penelitian. Dugaan jawaban tersebut merupakan kebenaran yang sifatnya sementara yang akan di uji kebenarannya dengan data yang dikumpulkan melalui penelitian.

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas Hipotesis yang diajukan dan akan dibuktikan kebenarannya dalam penelitian ini adalah :

1. Hipotesis penelitian secara Parsial
 - a. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan X1 Keandalan terhadap Kepuasan Pelanggan.
 - b. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan X2 Daya Tanggap Terhadap Kepuasan Pelanggan.
 - c. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan X3 Jaminan Terhadap kepuasan Pelanggan.
 - d. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan X4 Perhatian Terhadap Kepuasan Pelanggan.
 - e. Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan X5 Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Pelanggan.
2. Hipotesis penelitian secara Simultan

Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan secara bersama berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan.
3. Hipotesis penelitian yang paling Dominan.

Terdapat Variabel X1 Keandalan berpengaruh paling Dominan terhadap kepuasan pelanggan.

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

3.1 Metode penelitian.

Dalam Penelitian ini peneliti menggunakan metode kuantitatif yaitu metode penelitian yang berlandaskan filsafat pasti untuk meneliti suatu populasi dan sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel pada umumnya menggunakan sistem random. Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiono, 2014:8)

Definisi diatas adalah definisi penelitian kuantitatif secara sederhana, sedangkan definisi secara luas menyatakan bahwa penelitian kuantitatif tidak hanya sampai pada tahap pemberian gambar saja, akan tetapi samai pada tahap pembuktian hipotesis dan pengambilan makna dari hasil penelitian tersebut.

3.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif, penelitian ini untuk mengetahui pengaruh variabel independen atau bebas yaitu kualitas pelayanan terhadap variabel dependen atau terikat yaitu kepuasan Pelanggan pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Mataram.

Menurut Siregar (2013:15) penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan penelitian ini dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramal, mengontrol suatu gejala.

3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Mataram.

3.3.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dari bulan Maret 2019 sampai dengan Selesai.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, sumber data yang menjadi acuan penelitian dan menjadi referensi adalah:

3.4.1 Jenis Data

1. Data Kuantitatif yaitu data yang dinyatakan dalam bentuk angka sebenarnya (Numerik) yang dapat dihitung atau diukur. Data kuantitatif dalam penelitian ini berupa penemuan pengetahuan yang menggunakan angka (Statistik) sebagai alat untuk menemukan keterangan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Data Kualitatif yaitu data yang tidak mempunyai satuan ukur yang umum dan tidak dapat diukur secara langsung yang berbentuk kata, kalimat, skema dan gambar dan literatur serta teori-teori yang berkaitan dengan penelitian penulis.

3.4.2 Sumber Data

Ada dua jenis sumber data yang di gunakan dalam penelitian ini, yaitu :

1. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiono, 2009:225) Dicatat, diamati, kemudian diolah untuk menjawab permasalahan dalam penelitian.Sumber data Primer

adalah kusioner kepada responden tentang permasalahan yang diteliti, yaitu Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang dikutip dari sumber lain dalam bentuk dokumen seperti literatur, brosur, dan karangan para ahli yang dianggap mempunyai hubungan dengan masalah yang diteliti serta diperoleh dari hasil proses belajar mengajar (Sugiono, 2009:225).

3.5 Teknik Pengumpulan Data.

1. Penelitian lapangan (*Field Research*), dilakukan dengan cara mengadakan peninjauan langsung pada lokasi yang menjadi objek untuk mendapatkan data primer (data yang diperoleh langsung dari data sekunder).
2. Daftar pertanyaan (*Questioner*), peneliti menyediakan daftar pertanyaan yang akan diisi oleh responden yang akan menjadi sampel penelitian. Kuesioner merupakan tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk kemudian dijawabnya. Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup yang telah diberi skor, dimana data tersebut nantinya akan dihitung secara statistik. Kuesioner tersebut berisi daftar pernyataan yang ditunjukkan kepada responden yang berhubungan dalam penelitian ini.
3. Observasi (*Pengamatan langsung*), melakukan pengamatan secara langsung untuk memperoleh data yang diperlukan. Observasi dilakukan dengan mengamati kegiatan perusahaan yang berhubungan dengan variabel penelitian. Hasil dari observasi dapat dijadikan data pendukung dalam menganalisis dan mengambil kesimpulan.

4. Penelitian keputusan (*Library Researh*), penelitian kepustakaan dilakukan sebagai usaha guna memperoleh data yang bersifat teori sebagai perbandingan dengan data penelitian yang diperoleh. Data tersebut dapat diperoleh dari literatur, catatan kuliah serta tulisan lain yang berhubungan dengan penelitian.

3.6 Populasi Dan Sampel

3.6.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2014:80) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah Pelanggan yang menggunakan jasa pengiriman pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Mataram.

3.6.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2014:62) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar dan peneliti tidak memungkinkan mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu. Maka peneliti dapat menggunakan sampel yang di ambil dari populasi itu.

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan model *non-probability sampling* dengan teknik *sampling Insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel (Sugiyono. 2014:85). Dalam pengambilan sampel adapun kriteria responden adalah semua pelanggan yang menggunakan jasa pengiriman pada PT. JNE Cabang Mataram.

Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang. Jumlah sampel tersebut telah memenuhi persyaratan penarikan sampel yang layak, yaitu jumlahnya diantara 30 sampai dengan 500 orang yang diungkapkan oleh Roscou dalam Sugiyono (2014: 90-91). Dalam pengambilan sampel dilakukan menggunakan *Non-probability sampling*

3.7Klasifikasi Variabel dan Definisi Operasional Variabel

3.7.1 Klasifikasi Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014:38). Berkaitan dengan penelitian ini Dalam mengklasifikasikan, variabel penelitian dapat dibedakan menjadi dua :

1. Variabel independen (variabel bebas)

Variabel independen (variabel bebas) disebut juga variabel stimulus, yaitu variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen.Variabel independen disimbolkan dengan (X). Dalam penelitian ini variabel independennya yaitu kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

2. Variabel dependen (variabel terikat)

Variabel dependen (variabel terikat), yaitu variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari variabel independen. Variabel dependen disimbolkan dengan (Y). Dalam penelitian ini variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan (Y).

3.7.2 Definisi Operasional Variabel

Setelah variabel di identifikasikan dan di klasifikasikan, maka variabel-variabel tersebut di definisikan secara operasional. Definisi secara operasional diperlukan karena definisi operasional akan menunjukkan data dan alat pengumpulan data yang cocok digunakan.

Definisi operasional variabel (*definition of term*) adalah memberi pengertian secara konkret yang disesuaikan dengan tujuan dan arah penelitian sehingga variable, konsep, dan berbagai istilah dalam penelitian dapat diamati atau diobservasi secara empirik, sehingga variabel dapat diidentifikasi dan diukur secara baik. (Pantiyasa, 2013:56)

Definisioperasionalmasing-masingvariabel dalampenelitianinisebagaiberikut :

1. Kualitas Pelayanan (X)

a) Keandalan

Keandalan yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan Artinya para karyawan memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan.

b) Daya tanggap

Daya tanggap yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap, yakni motivasi para karyawan dalam memecahkan masalah yang dihadapi pelanggan dalam menggunakan jasa

c) Jaminan

Jaminan mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keraguan. Yaitu mengenai pengetahuan baik dari karyawan dalam menangani pertanyaan atau keluhan dari pelanggan

d) Perhatian

Perhatian meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individu para pelanggan yaitu sikap karyawan yang menunjukkan perhatian yang tulus dalam melayani pelanggan.

e) Bukti fisik

Tampilan fisik meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

2. Kepuasan Pelanggan (Y)

kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan harapannya.

3.8 Prosedur Analisis Data

Prosedur analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-

item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan (Sugiyono, 2007:86). Skala likert menggunakan jawaban sebagai berikut:

Tabel 3.1

Model skalalikert

| No | Skala | Skor |
|----|---------------------|------|
| 1. | Sangat Setuju | 5 |
| 2. | Setuju | 4 |
| 3. | Kurang setuju | 3 |
| 4. | Tidak setuju | 2 |
| 5. | Sangat tidak setuju | 1 |

3.9 Tehnik Analisa Data

3.9.1 Instrumen Penelitian.

1. Uji Validitas

Sebelum instrumen atau alat ukur digunakan untuk mengumpulkan data penelitian, perlu dilakukan uji coba kuesioner untuk mencari kevalidan dan reliabilitas alat ukur tersebut. Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah alat ukur tersebut valid. Valid artinya ketepatan mengukur atau alat ukur tersebut tepat untuk mengukur sebuah variabel yang akan diukur. Uji validitas dan realibilitas digunakan untuk menguji data yang berasal dari daftar pertanyaan dalam koesioner yang diisi oleh responden sudah mewakili populasi atau belum.

Ada dua syarat penting yang berlaku pada sebuah koesioner, yaitu keharusan sebuah kuesioner untuk valid dan reliable. Suatu kuesioner

dikatakan valid jika pertanyaan pada suatu kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Sedangkan suatu kuesioner dikatakan reliabel (andal) jika jawaban seseorang konsisten atau stabil dari waktu ke waktu terhadap pertanyaan. Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir pertanyaan dalam suatu daftar (konstruk) pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu.

Uji validitas dilakukan pada setiap butir pertanyaan dan hasilnya dapat dilihat melalui hasil r -hitung yang dibandingkan dengan r -tabel. r -tabel dapat diperoleh melalui df (degree of freedom) = $n-2$ (signifikan 5%, n =jumlah sampel). Jika r -tabel < r -hitung maka valid jika r -tabel > r -hitung maka tidak valid. (I Wayan Pantiyasa 2013)

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah keandalan/konsistensi alat ukur (keajegan alat ukur), sehingga reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Setelah dilakukan uji validitas, maka harus dilanjutkan dengan uji reliabilitas data. Alat ukur yang reliabel pasti terdiri dari item-item alat ukur yang valid sehingga setiap reliabel pasti valid, namun setiap yang valid belum tentu reliabel.

Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh. Jika Cronbach's Alpha > 0,60 maka reliabel. Jika nilai Cronbach's Alpha < 0,60 maka tidak reliabel. Pengujian validitas dan reliabilitas adalah

proses menguji . butir-butir pertanyaan yang ada dalam sebuah angket, apakah isi dari butir pertanyaan tersebut sudah valid atau reliabel. Analisis dimulai dengan menguji validitas tersebut dahulu, baru diikuti oleh uji reliabilitas. Jadi jika sebuah butir tidak valid, baru otomatis dia dibuang. Butir-butir yang sudah valid baru secara bersama diukur reliabilitasnya. Pengukuran reliabilitas pada dasarnya bias dilakukan dengan cara Repeated Measure atau ukur ulang. Disini seseorang akan di sodori pertanyaan. (Pantiyasa, 2013)

3.9.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi ganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterum), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi ganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2.

Persamaan regresi untuk dua prediktor adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Persamaan regresi untuk tiga prediktor adalah:

$$Y = a + b_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Persamaan regresi untuk n prediktor adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 \dots\dots + b_nX_n$$

Keterangan :

Y = Variabel dependen (Nilai yang diprediksikan)

X₁ dan X₂ = Variabel independen

a = Konstanta (nilai Y apabila X₁, X₂ X_n=0)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

Untuk bisa membuat ramalan melalui regresi, maka data setiap variabel harus tersedia. Selanjutnya berdasarkan data itu peneliti harus dapat menemukan persamaan melalui perhitungan.

3.10 Uji Hipotesis

3.10.1 Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Uji t yaitu suatu uji untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen atau variabel bebas display gerai yang terdiri atas eksterior display gerai, interior display gerai, layout display gerai dan kelas sosial secara parsial terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Kriteria yang digunakan yaitu:

$H_0: \beta_1 = 0$: Artinya tidak ada pengaruh yang signifikan pada masing-masing variabel independen.

$H_a: \beta_1 \neq 0$: Artinya ada pengaruh yang signifikan pada masing-masing variabel independen

Adapun kriteria pengujianya adalah sebagai berikut:

1. Taraf signifikan ($\alpha = 0,05$)
2. Distribusi t dengan derajat kebebasan (n)
3. Apabila t-hitung $>$ t-tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima
4. Apabila t-hitung $<$ t-tabel maka H_0 diterima dan H_a ditolak

3.10.2 Uji F (Uji Simultan)

Pengujian yang dilakukan ini adalah dengan uji parameter b (uji korelasi) dengan menggunakan uji F statistik. Untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat digunakan uji F.

Menurut sugiyono (2013:275) dirumuskan sebagai berikut:

$$\frac{r^2}{(1 - r^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan :

R = koefisien korelasi ganda

k = jumlah variabel independen

n = jumlah anggota sampel

Distribusi F ini ditentukan oleh derajat kebebasan pembilang dan penyebut, yaitu k dan n (n-k-1). Untuk uji F, kriteria yang dipakai adalah:

1. H₀ diterima bila F hitung < F tabel , artinya variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
2. H₀ ditolak bila F hitung > F tabel, artinya variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3.10.3 Koefisien Determinasi (R²)

Menurut Ghazali Koefisien Determinasi (R²) Pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. nilai R² Yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*crosssection*) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi.

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bisa terhadat jumlah variabel independen yang dimasukan dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka R^2 Pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap varibel dependen. Oleh karena itu banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai Adjusted R^2 Pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti R^2 , nilai Adjusted R^2 dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model.

