



**PENGARUH DIMENSI KUALITAS JASA TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA PT. JALUR NUGRAHA EKAKURIR (JNE)
EXPRESS ACROSS NATIONS KABUPATEN JEMBER**

*The Influences Of Service Quality Dimension Towards The Costumers
Satisfaction PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Express Across Nations*

Kabupaten Jember

SKRIPSI

Oleh:

**RICKY S GULTOM
100810201152**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS JEMBER
2017**



**PENGARUH DIMENSI KUALITAS JASA TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA PT. JALUR NUGRAHA EKAKURIR (JNE)
EXPRESS ACROSS NATIONS KABUPATEN JEMBER**

*The Influences Of Service Quality Dimension Towards The Costumers
Satisfaction PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Express Across Nations
Kabupaten Jember*

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk
memylesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan mencapai gelar Sarjana
Ekonomi

Oleh:

RICKY S GULTOM

NIM 100810201152

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS JEMBER
2017**

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

SURAT PERNYATAAN

Nama : RICKY S GULTOM
NIM : 100810201152
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : PENGARUH DIMENSI KUALITAS JASA TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. JALUR NUGRAHA
EKAKURIR (JNE) EXPRESS ACROSS NATIONS
KABUPATEN JEMBER

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali apabila dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan milik orang lain. Saya bertanggungjawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa adanya paksaan dan tekanan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan yang saya buat ini tidak benar.

Jember, 16 Maret 2017

Yang menyatakan,

RICKY S GULTOM

NIM : 100810201152

JUDUL SKRIPSI

**PENGARUH DIMENSI KUALITAS JASA TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA PT. JALUR NUGRAHA EKAKURIR (JNE)
EXPRESS ACROSS NATIONS KABUPATEN JEMBER**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama Mahasiswa : RICKY S GULTOM

NIM : 100810201152

Jurusan : Manajemen

telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal:

23 Maret 2017

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua : Drs. Sudaryanto MBA, Ph.D : (.....)

NIP. 196604081991031001

Sekretaris : Drs. Sriono M.M. : (.....)

NIP. 196106071987022001

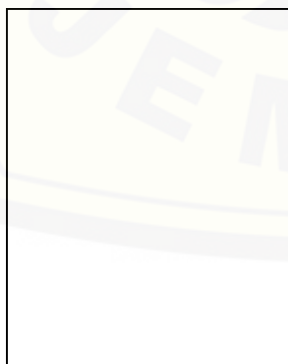
Anggota : Dr. Diana Sulianti K Tobing S.E, M.Si : (.....)

NIP. 197412122000122001

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Jember



Dr. Muhammad Miqdad, SE, M.M. Ak., CA.

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : PENGARUH DIMENSI KUALITAS JASA TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. JALUR
NUGRAHA EKAKURIR (JNE) EXPRESS ACROSS
NATIONS KABUPATEN JEMBER

Nama Mahasiswa : RICKY S GULTOM
NIM : 100810201152
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jurusan : S-1 Manajemen/ Reguler
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Disetujui Tanggal : 23 Maret 2017

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dr. Deasy Wulandari S.E, M.Si
NIP. 197309082000032001

Dr. Novi Puspitasari SE, M.M
NIP. 198012062005012001

Menyetujui,
Ketua Program Studi
S1 Manajemen

Dr. Ika Barokah S, S.E., M.M
NIP. 19780525 200312 2 002

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tuaku, yang telah memberikan kasih sayang, doa, dan cinta kasihnya yang tidak pernah lelah kepada penulis.
2. Saudaraku, terima kasih atas dukungannya.
3. Teman-teman Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2010 terima kasih atas pemberian semangat serta doanya.
4. Almamater Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember yang kubanggakan.

MOTTO

“Orang-orang hebat di bidang apapun bukan baru bekerja karena mereka terinspirasi, namun mereka menjadi terinspirasi karena mereka lebih suka bekerja. Mereka tidak menyia-nyiakan waktu untuk menunggu inspirasi.”

(Ernest Newman)

“Excellence is not a skill excellence is an attitude”

(Conor McGregor)



RINGKASAN

PENGARUH DIMENSI KUALITAS JASA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. JALUR NUGRAHA EKAKURIR (JNE) EXPRESS ACROSS NATIONS KABUPATEN JEMBER; RICKY S GULTOM, 100810201152; 2017; 80 halaman; Program Studi Ilmu Ekonomi; Jurusan Ekonomi; Fakultas Ekonomi dan Bisnis; Universitas Jember.

Perkembangan dunia usaha di Indonesia dari tahun ke tahun semakin menunjukkan peningkatan yang positif. Perkembangan ini tentu saja meningkatkan kebutuhan masyarakat dalam berbagai aspek, termasuk didalamnya adalah kebutuhan jasa pengiriman. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan PT. JALUR NUGRAHA EKAKURIR (JNE) Express Across Nations Kabupaten Jember

Penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian penjelasan (*explanatory research*), yaitu penelitian yang menjelaskan hubungan suatu variabel dengan variabel lain dan menguji keterkaitan antara beberapa variabel melalui pengujian hipotesis. Penelitian ini dilakukan di PT. JALUR NUGRAHA EKAKURIR (JNE) Express Across Nations Kabupaten Jember. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan PT. JALUR NUGRAHA EKAKURIR (JNE) Express Across Nations Kabupaten Jember. Besar sampel dalam penelitian ini sebesar 130 responden. Analisis data menggunakan analisis Regresi Linier berganda.

Hasil dari penelitian ini adalah ada pengaruh secara parsial dan simultan Bukti fisik (X_1), Keandalan (X_2), Daya tanggap (X_3), Jaminan (X_4), Empati (X_5) berpengaruh secara signifikan (nyata) terhadap kepuasan. Hal ini berarti semakin tinggi kepedulian perusahaan pada pelanggan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan dengan persamaan regresi

$$Y = 4.69 + 0.224X_1 + 0.318X_2 + 0.158X_3 + 0.161X_4 + 0.170X_5,$$

Sementara koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.613 dan setelah disesuaikan didapatkan nilai R adjustnya sebesar 0.597 menunjukkan bahwa variabel bukti fisik (x_1), keandalan (x_2), daya tanggap (x_3), jaminan (x_4) dan empati (x_5) secara bersama-sama memberikan kontribusi sebesar 59.7% terhadap kepuasan (Y), sedangkan sisanya sebesar 40.3% merupakan kontribusi variabel lain yang tidak diamati dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh Bukti fisik (X_1), Keandalan (X_2), Daya tanggap (X_3), Jaminan (X_4), Empati (X_5) berpengaruh baik secara parsial dan simultan terhadap kepuasan pelanggan PT. JALUR NUGRAHA EKAKURIR (JNE) Express Across Nations Kabupaten Jember

SUMMARY

THE INFLUENCES OF SERVICE QUALITY DIMENSION TOWARDS THE COSTUMERS SATISFACTION PT. JALUR NUGRAHA EKAKURIR (JNE) EXPRESS ACROSS NATIONS KABUPATEN JEMBER Ricky S Gultom, 100810201152; 2017; 80 pages; Economics Study Program; Faculty of Economics; Economics and Business Faculty; University of Jember.

Development of business in Indonesia from year to year is showing positive improvement. This development is of course increased needs of the community in various aspects, including the needs of the shipping service. This study aims to determine the effect dimensions of service quality to customer satisfaction PT. JALUR NUGRAHA EKAKURIR (JNE) Express Across Nations Kabupaten Jember

This research is categorized as research explanations (explanatory research), the research describes the relationship of a variable with another variable and examined the association between multiple variables through hypothesis testing. This research was conducted at PT. JALUR NUGRAHA EKAKURIR (JNE) Express Across Nations Kabupaten Jember

The population in this study are customers of PT. JALUR NUGRAHA EKAKURIR (JNE) Express Across Nations Kabupaten Jember. The sample size in this study of 130 respondents. Analysis of data using multiple linear regression analysis.

The results of this study are no partial effect and simultaneous physical evidence (X1), reliability (X2), Responsiveness (X3), Security (X4), Empathy (X5) significantly (real) against complacency. This means that the higher kepedulain enterprise customers will increase customer satisfaction with the regression equation

$$Y = 4.69 + 0.224X1 + 0.318X2 + 0.158X3 + 0.161X4 + 0.170X5,$$

While the coefficient of determination (R²) of 0613 and as adjusted for earned value R adjustnya of 0597 indicates that the variable physical evidence (x1), reliability (x2), responsiveness (x3), assurance (x4) and empathy (x5) together contributed 59.7% to the satisfaction (Y), while the remaining 40.3% is contributed by other variables that are not observed in this study.

Based on the results of this study concluded that there is influence of physical evidence (X1), reliability (X2), Responsiveness (X3), Security (X4), Empathy (X5) affect both partially and simultaneously to customer satisfaction PT. JALUR NUGRAHA EKAKURIR (JNE) Express Across Nations Kabupaten Jember

PRAKATA

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat karunianya. Sehingga terselesaikan Skripsi dengan judul “PENGARUH DIMENSI KUALITAS JASA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. JALUR NUGRAHA EKAKURIR (JNE) EXPRESS ACROSS NATIONS KABUPATEN JEMBER”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan akademis dalam rangka menyelesaikan pendidikan program studi Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih ada kekurangan dan jauh dari kesempurnaan, baik karena keterbatasan ilmu yang dimiliki maupun kemampuan penulis, tetapi berkat Tuhan Yang Maha Esa serta dorongan dari semua pihak, akhirnya penulisan skripsi ini mampu terselesaikan. Skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Muhammad Miqdad, S.E M.M. Ak., CA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
2. Ibu Dr. Ika Barokah Suryaningsih, M.M , selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
3. Ibu Dr. Deasy Wulandari S.E, M.Si, M.M, selaku Pembimbing I yang telah memberikan ilmu, petunjuk, saran dan koreksi hingga terselesaikannya Skripsi ini.
4. Ibu Dr. Novi Puspitasari SE, M.M, selaku Pembimbing II yang berkenan memberikan saran dan arahan dalam penyelesaian Skripsi ini.
5. Seluruh anggota dan staff karyawan PT. JALUR NUGRAHA EKAKURIR (JNE) Express Across Nations Kabupaten Jember yang telah membantu selama penelitian dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Semangat untuk teman-teman seperjuangan jurusan manajemen angkatan 2010 terutama konsentrasi manajemen pemasaran angkatan 2010.

7. Untuk Bapakku (Alm) Anderson Gultom S.Sos dan Mamaku Sorta F Sihotang yang telah menyayangi dan mendidik aku sampai saat ini.
8. Saudara-saudariku Ka Anes, Bintang, Alfonso, Rommel yang kubanggakan, terimakasih buat semuanya.
9. Semua Abaang, Kaka, Adik GSM HKBP Jember, terimakasih atas waktu, pelajaran, dan pengalaman selama di Jember.
10. Seluruh Abang, Kakak, dan Adikku dari NHKBP Jember yang sudah memberikan waktu, dan kasih sayang dan pengalaman selama di Jember.
11. Kawan kosan Nias Wandu, Catur, Angga, Priyo, Devin, Davin, terimakasih atas waktu dan kebersamaannya
12. Terima kasih untuk almamater Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
13. Seluruh pihak yang telah banyak membantu memberikan bantuan dan dorongan semangat yang tidak dapat disebut satu persatu.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, akan tetapi penulis berharap semoga Skripsi ini bermanfaat dan memberikan pengetahuan tambahan bagi yang membacanya.

Jember, 8 Februari 2017

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
RINGKASAN.....	viii
<i>SUMMARY</i>	ix
PRAKATA	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Landasan Teori	5
2.1.1 Konsep Pemasaran Jasa	5
2.1.2 Kualitas Jasa/Pelayanan	5
2.1.3 Kepuasan Pelanggan	7
2.1.4 Hubungan Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan	10
2.2 Penelitian Terdahulu	12
2.3 Kerangka Konseptual.....	14
2.4 Hipotesis	16
BAB III METODE PENELITIAN.....	17
3.1 Rancangan Penelitian	17
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	17
3.3 Populasi dan Sampel.....	17
3.3.1 Populasi	17
3.3.2 Sampel	18
3.4 Metode Pengumpulan Data	19
3.5 Identifikasi Variabel	19

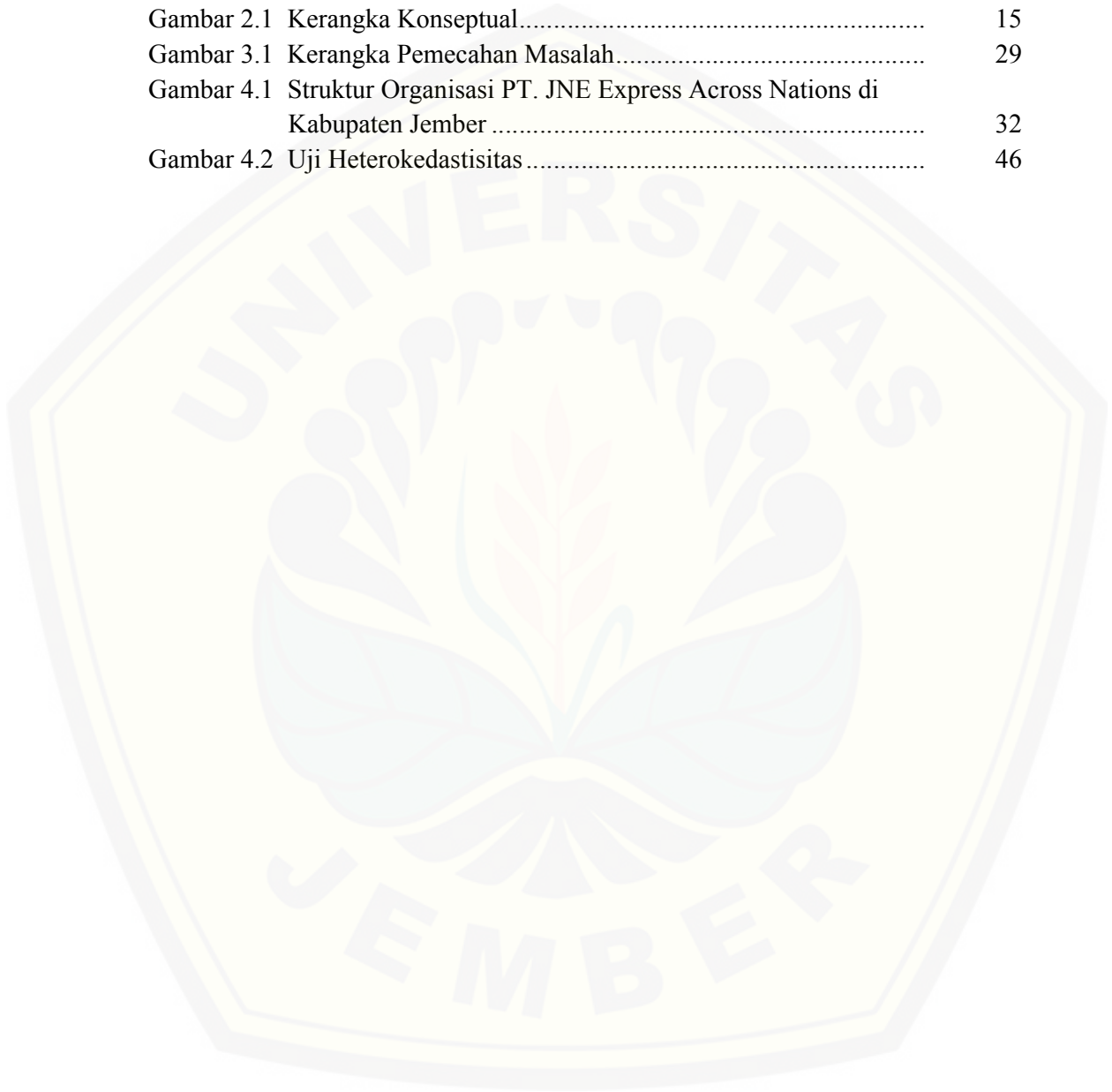
3.6 Definisi Operasional dan Skala Pengukuran Variabel.....	19
3.6.1 Defenisi Operasional Variabel.....	19
3.7 Skala Pengukuran Variabel.....	21
3.8 Uji Instrumen.....	22
3.8.1 Uji Validitas.....	22
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	22
3.8.3 Uji Normalitas Data dengan <i>Skewness</i> dan <i>Kurtosis</i>	23
3.9 Metode Analisis Data.....	23
3.9.1 Analisis Linier Berganda.....	23
3.10 Uji Hipotesis.....	24
3.11 Uji Asumsi Klasik.....	27
3.12 Kerangka Pemecahan Masalah.....	29
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	30
4.1 Gambaran Umum Penelitian.....	30
4.1.1 Sejarah Singkat.....	30
4.1.2 Struktur organisasi.....	31
4.1.3 Tugas.....	33
4.1.4 Jenis Pelayanan.....	34
4.2 Deskripsi Responden.....	37
4.2.1 Karakteristik Responden.....	37
4.3 Deskripsi Variabel.....	38
4.3.1 Variabel Bebas.....	38
4.3.2 Variabel Terikat.....	41
4.4 Uji Instrumen Data.....	42
4.4.1 Uji Validitas.....	42
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	43
4.4.3 Uji Normalitas Data dengan <i>Skewness</i> dan <i>Kurtosis</i>	43
4.5 Analisis Data.....	44
4.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	44
4.6 Uji Asumsi Klasik.....	45
4.6.1 Uji Normalitas.....	45
4.6.2 Uji Multikolinearitas.....	45
4.6.3 Uji Heteroskedastisitas.....	46
4.7 Uji Hipotesis.....	47
4.7.1 Uji F.....	47
4.7.2 Uji t.....	47
4.8 Pembahasan.....	49
4.9 Keterbatasan Penelitian.....	54
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN.....	56
5.1 Kesimpulan.....	56
5.2 Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA.....	57

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian terdahulu	13
Tabel 4.1	Distribusi Frekuensi Umur Responden	37
Tabel 4.2	Distribusi frekuensi Jenis Kelamin Responden	37
Tabel 4.3	Distribusi frekuensi Pekerjaan Responden	38
Tabel 4.4	Distribusi Frekuensi Penilaian Responden terhadap Bukti fisik	38
Tabel 4.5	Distribusi Frekuensi Penilaian Responden terhadap kehandalan	39
Tabel 4.6	Distribusi Frekuensi Penilaian Responden terhadap daya tanggap.....	39
Tabel 4.7	Distribusi Frekuensi Penilaian Responden terhadap jaminan .	40
Tabel 4.8	Distribusi Frekuensi Penilaian Responden terhadap empati.....	41
Tabel 4.9	Distribusi Frekuensi Kepuasan	41
Tabel 4.10	Validitas Instrumen	42
Tabel 4.11	Reliabilitas Intrumen	43
Tabel 4.12	Uji Normalitas dengan Skewness dan Kurtosis	43
Tabel 4.13	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	44
Tabel 4.14	Hasil Uji Multikolinearitas	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	15
Gambar 3.1 Kerangka Pemecahan Masalah.....	29
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. JNE Express Across Nations di Kabupaten Jember	32
Gambar 4.2 Uji Heterokedastisitas	46



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner.....	59
Lampiran 2	Karakteristik Responden	63
Lampiran 3	TABULASI DATA.....	66
Lampiran 4	Rekapitulasi Deskripsi Responden	72
Lampiran 5	Hasil Uji Instrumen	73
Lampiran 6	Hasil Uji Asumsi Klasik	74
Lampiran 7	Hasil Uji Regresi Berganda	75
Lampiran 8	Tabel R	76
Lampiran 9	Tabel t	77
Lampiran 10	Tabel F	78
	Surat Keterangan Penelitian	79

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Perkembangan dunia usaha di Indonesia dari tahun ke tahun semakin menunjukkan peningkatan yang positif. Perkembangan ini tentu saja meningkatkan kebutuhan masyarakat dalam berbagai aspek, termasuk didalamnya adalah kebutuhan jasa pengiriman. Meningkatnya kebutuhan atas jasa pengiriman direspon oleh dunia jasa pengiriman PT. JALUR NUGRAHA EKAKURIR (JNE) Express Across Nations sebagai salah satu penyedia jasa pengiriman dengan memberikan berbagai produk dan layanan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang semakin canggih dan maju.

Kepuasan pelanggan pada industri jasa pengiriman, kualitas layanan sangat penting dikelola perusahaan dengan baik. Kualitas jasa merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang dipersepsikan dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (Kotler, 2007:83). Penyampaian jasa atau layanan yang berkualitas dianggap sebagai suatu strategi yang penting agar perusahaan dapat bertahan. Pelayanan yang baik yang diberikan adalah dengan meningkatkan fasilitas yang disediakan oleh perusahaan. Konsumen akan menggunakan perusahaan jasa pengiriman tertentu karena perusahaan tersebut dapat memberikan kepuasan tertinggi dan cenderung sangat selektif dalam memilih jasa pengiriman. Hal inilah yang harus diperhatikan perusahaan dan terus berusaha untuk mempertahankan konsumen dengan memberikan pelayanan sebaik-baiknya. Menurut Kotler (2005 : 36), Kepuasan adalah sebagai perasaan suka atau tidak suka seseorang terhadap suatu produk atau jasa setelah konsumen membandingkan prestasi produk tersebut dengan harapannya, karena pada dasarnya tujuan dari sebuah bisnis adalah menciptakan para konsumen merasa puas.

Keberhasilan sebuah perusahaan dalam memasarkan produknya sangat ditentukan oleh ketepatan strategi yang dipakai, yang disesuaikan dengan situasi dan kondisi dari sasaran pasar. Penentuan strategi pemasaran, pihak pemasar perlu mengkaji setiap karakteristik perilaku konsumen, yang diimplementasikan ke dalam harapan dan keinginannya. Mengetahui alasan yang mendasar mengapa konsumen melakukan pembelian, maka dapat diketahui strategi yang tepat untuk digunakan. Pihak pemasar harus mengaktualisasikan setiap harapan konsumen menjadi suatu kepuasan atas pelayanan yang diberikan. Dimana hal tersebut merupakan kunci keberhasilan yang menjadikannya berbeda dari pesaingnya.

Bertambahnya permintaan konsumen terhadap jasa pengiriman, akan mendorong pelaku bisnis yang bergerak dibidang ini untuk ikut bersaing menawarkan kelebihan-

kelebihannya. Saat ini di Kabupaten Jember ada berbagai jasa pengiriman seperti: PT. Pos Indonesia, J&T Express, PT. Herona Express, Indah Cargo, Pahala Express, ESL Express, TIKI, PT. Indopacific Jayatama, PT. Wahana Prestasi Logistik, PT. Elteha International Ltd, PCP Express. Kepuasan konsumen tidak hanya tergantung pada produk layanan maupun pada tingkat kecepatan waktu pengiriman, melainkan juga kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Kepuasan inilah yang nantinya akan berpengaruh terhadap keputusan calon konsumen untuk menggunakan jasa pengiriman. Usaha jasa pengiriman menawarkan beberapa pilihan jasa pengiriman yang sama sehingga kualitas pelayanan menjadi pembeda dalam memberikan kepuasan kepada konsumen. Peningkatan kualitas pelayanan yang dilakukan secara bertahap juga dicerminkan oleh PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Express Across Nations Kabupaten Jember, agar dapat mengukur dan meningkatkan kepuasan dari konsumen sebagai pengguna jasa pengiriman. Pengukuran kepuasan pelanggan tersebut pada penelitian ini menggunakan pendekatan metode riset pemasaran jasa Zeithmal, Berry, dan Parasuraman :1997 yang menggunakan faktor-faktor kualitas pelayanan/*service quality* (SERVQUAL). Kelima faktor/dimensi tersebut adalah *Realibilitas, Tangible, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty*.

Peningkatan jumlah jasa pengiriman swasta di Indonesia dari waktu ke waktu telah membawa perusahaan PT. JALUR NUGRAHA EKAKURIR (JNE) Express Across Nations di Indonesia pada permasalahan persaingan (*competitiveness*). Jasa pengiriman di Indonesia saat ini menunjukkan tingkat persaingan yang semakin tinggi. Persaingan tersebut menuntut perusahaan pengiriman harus melakukan upaya untuk menarik perhatian para konsumen agar mereka menggunakan jasa yang telah ditawarkan. Upaya yang dilakukan oleh PT. JALUR NUGRAHA EKAKURIR (JNE) Express Across Nations antara lain dengan selalu meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen. Masing-masing perusahaan jasa pengiriman berusaha untuk menjadi perusahaan jasa terdepan dalam memberikan kepuasan kepada konsumen melalui kualitas pelayanan tersebut. PT. JALUR NUGRAHA EKAKURIR (JNE) Express Across Nations harus terus menerus memberikan kepuasan kepada para konsumen agar mereka menjadi konsumen yang loyal.

Ungkapan "*customer is a king*" sangat tepat untuk dipakai perusahaan jasa seperti PT. JALUR NUGRAHA EKAKURIR (JNE) Express Across Nations dalam menjaga kelangsungan usahanya. Hal ini karena kehadiran konsumen yang menggunakan jasa pengiriman PT. JALUR NUGRAHA EKAKURIR (JNE) Express Across Nations memberikan kontribusi yang besar bagi perusahaan untuk dapat mempertahankan

kelangsungan hidupnya. Untuk itu, perusahaan harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumen melalui pemberian pelayanan yang baik.

Manfaat kualitas pelayanan jasa dalam hal ini adalah sebagai acuan penilaian pelanggan terhadap layanan yang telah diberikan PT. JALUR NUGRAHA EKAKURIR (JNE) Express Nations Jember dengan harapan agar konsumen dapat melakukan perbandingan kualitas jasa dengan perusahaan yang bergerak pada bidang yang sama. Adapun manfaat kualitas jasa pelayanan PT. JNE Express Nations Jember tersebut adalah digunakan sebagai perbandingan antara pelayanan yang diharapkan konsumen dengan pelayanan yang diterima. Apabila pelayanan yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa PT. JALUR NUGRAHA EKAKURIR (JNE) Express Nation Jember dipersepsikan baik dan memuaskan. Tetapi sebaliknya apabila pelayanan yang diterima konsumen lebih rendah dari apa yang diharapkan, maka dapat dikatakan kualitas jasa dipersepsikan buruk (Kotler, 2008:83). Oleh karena itu pemahaman perilaku konsumen dalam hal ini kepuasan dalam hubungannya dengan kualitas jasa perlu diidentifikasi melalui kegiatan penelitian, maka peneliti mengambil judul penelitian: “ **Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Express Across Nations Kabupaten Jember.**”

1.2 Rumusan Masalah

Pelayanan yang diberikan penyedia jasa merupakan faktor kunci dalam memenangkan persaingan. Perusahaan harus mengetahui apa saja yang dianggap penting oleh konsumen dan perusahaan, sebaik mungkin berusaha untuk menghasilkan kinerja yang dapat memuaskan pelanggan. Berdasarkan uraian latar belakang, maka pokok permasalahan yang diambil :

- a. Apakah variabel bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Express Across Nations Kabupaten Jember ?
- b. Apakah variabel kehandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Express Across Nations Kabupaten Jember ?
- c. Apakah variabel daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Express Across Nations Kabupaten Jember ?
- d. Apakah variabel jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Express Across Nations Kabupaten Jember ?
- e. Apakah variabel empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Express Across Nations Kabupaten Jember ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh signifikan variabel bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Express Across Nations Kabupaten Jember.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh signifikan kehandalan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Express Across Nations Kabupaten Jember.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh signifikan variabel daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Express Across Nations Kabupaten Jember.
- d. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh signifikan variabel jaminan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Express Across Nations Kabupaten Jember.
- e. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh signifikan variabel empati terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Express Across Nations Kabupaten Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Bagi Perusahaan
Dapat memberikan gambaran dan informasi yang berguna bagi perusahaan dalam melakukan kebijakan dan strategi pemasaran yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.
- b. Bagi Peneliti
Sebagai bahan referensi dan informasi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut terutama yang berhubungan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.
- c. Bagi Perkembangan Ilmu Pengetahuan
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan ilmu pengetahuan dan sebagai bahan rujukan untuk pihak lain yang akan melakukan penelitian tentang dimensi kualitas jasa untuk pengembangan penelitian maupun sebagai bahan referensi

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Konsep Pemasaran Jasa

Konsep dan pengukuran kualitas pelayanan jasa telah berkembang dengan pesat. Menurut Kotler dalam bukunya Manajemen Pemasaran (2007:9) menyatakan bahwa pemasaran adalah suatu proses sosial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Sedangkan menurut Miller dan Layton dalam bukunya Manajemen Pemasaran (2000) pemasaran merupakan sistem total aktivitas bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menetapkan harga, mempromosikan dan mendistribusikan produk, jasa, dan gagasan yang mampu memuaskan keinginan pasar sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasional. Oleh karena itu, pemasaran adalah suatu proses untuk mengembangkan dan mencapai tujuan perusahaan. Terutama bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa, pemasaran seperti promosi produk sangat penting dilakukan tentunya dengan mengetahui apa yang menjadi kebutuhan yang diinginkan konsumen. Pemasaran bertujuan untuk memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, memberikan pengarahn bagi kegiatan-kegiatan penjualan yang menguntungkan, dan mengkordinasikan kegiatan pemasaran untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Jadi, tujuan pemasaran bukanlah untuk menyediakan barang dan jasa yang mudah dihasilkan dan kemudian berusaha menjualnya. Pemasaran harus bertitik tolak dari kebutuhan dan keinginan konsumen dengan memperkirakan sekaligus menentukan kebutuhan dan keinginan konsumen serta penyerahan barang dan jasa yang memuaskan secara efektif dan efisien.

Sedangkan jasa merupakan setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu (Kotler, 2000). Walaupun demikian, produk jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak. Maksudnya ada produk jasa murni seperti konsultasi psikologi, konsultasi manajemen.

2.1.2 Kualitas Jasa/Pelayanan

Kualitas jasa berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Wyckof (dalam Tjiptono, 2008), kualitas jasa merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata

lain, terdapat dua faktor yang mempengaruhi kualitas jasa yakni, jasa yang diharapkan (*expected service*) dan jasa yang dipersepsikan (*perceived service*). Implikasinya, baik buruknya kualitas jasa tergantung kepada kemampuan penyedia jasa memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten. *Service Quality* adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. *Service Quality* dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan. Menurut Kotler (2008:488) mengemukakan bahwa terdapat empat karakteristik jasa, antara lain :

a. *Intangibility* (tidak berwujud)

Jasa tidak berwujud, tidak dapat dilihat, dicicipi, dirasakan, dan di dengar sebelum membeli.

b. *Inseparability* (tidak dipisahkan)

Jasa tidak dapat dipisahkan dari pembeli jasa itu sendiri, baik pembeli jasa itu adalah orang maupun mesin. Jasa tidak dapat dijejarkan pada rak-rak penjualan dan dapat dibeli oleh konsumen kapan saja dibutuhkan.

c. *Variability* (keanekarupaan)

Jasa sangat beraneka rupa karena tergantung siapa yang menyediakannya dan kapan serta dimana disediakan. Seringkali pembeli jasa menyadari akan keanekarupaan yang besar ini akan membicarakan dengan yang lain sebelum memilih satu penyedia jasa.

d. *Perishability* (tidak tahan lama)

Jasa tidak tahan lama, karenanya tidak dapat disimpan untuk penjualan atau penggunaan dikemudian hari. Sifat jasa yang tidak tahan lama ini bukanlah masalah kalau permintaan tetap atau teratur, karena jasa-jasa sebelumnya dapat dengan mudah disusun terlebih dahulu, kalau permintaan berfluktuasi, permintaan jasa akan dihadapkan pada berbagai masalah sulit.

Sedangkan menurut Griffin dalam Lupiyoadi (2008:46) menyebutkan karakteristik jasa, yaitu :

1. *Intagibility* (tidak berwujud). Jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar atau dicium sebelum jasa itu dibeli. Nilai penting dari hal ini adalah nilai tidak berwujud yang dialami konsumen dalam bentuk kenikmatan, kepuasan, atau rasa aman.
2. *Unstorability*. Jasa tidak mengenal persediaan atau penyimpanan dari produk yang telah dihasilkan . Karakteristik ini disebut juga tidak dapt (*inseparability*) dipisahkan mengingat pada umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersama.

3. *Customization*. Jasa juga sering kali di desain khusus untuk kebutuhan pelanggan, sebagaimana pada jasa asuransi dan kesehatan.

Kualitas jasa tidak kasat mata serta kualitas teknik pelayanan tidak dapat dievaluasi secara akurat, pelanggan akan berusaha menilai kualitas layanan berdasarkan apa yang dirasakannya, yaitu atribut-atribut yang mewakili proses dan kualitas layanan. Kriteria yang digunakan oleh konsumen untuk menilai kualitas layanan terdiri dari lima dimensi. Kelima dimensi kualitas layanan tersebut menurut Parasuraman (dalam Lupiyoadi, 2006:182) adalah *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*.

- a. *Tangible* (bukti fisik) merupakan fasilitas fisik, ruangan tempat pelayanan, kelengkapan peralatan, teknologi, kebersihan, sarana komunikasi dan penampilan karyawan.
- b. *Reliability* (keandalan) merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan yang sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat. Layanan yang diberikan harus sesuai dengan harapan pelanggan.
- c. *Responsiveness* (daya tanggap) merupakan kesigapan atau respon karyawan dalam melayani pelanggan, memberikan pelayanan yang tepat, dan penyampaian informasi yang jelas.
- d. *Assurance* (jaminan) merupakan pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki karyawan dalam bidang dan tugasnya, keterampilan dalam menangani pekerjaan, maupun keluhan pelanggan.
- e. *Empathy* (empati) merupakan sikap dan perilaku yang ditunjukkan karyawan dalam melayani pelanggan, seperti dapat memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan, dan mampu berkomunikasi dengan baik dengan pelanggan.

2.1.3 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan atau *satisfaction* berasal dari bahasa latin yaitu *satis* yang berarti cukup dan *facio* yang berarti membuat. Secara sederhana Kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Secara singkat Kotler (2007:40) mendefinisikan bahwa kepuasan pelanggan ialah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakannya dibandingkan dengan harapannya. Jadi, tingkat kepuasan merupakan fungsi perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Pelanggan dapat mengalami salah satu dari beberapa tingkat kepuasan yang umum seperti: sangat puas, agak puas, ragu-ragu, agak tidak puas, tidak puas (kecewa), sangat tidak puas. Oleh sebab itu sebuah badan usaha harus berusaha agar kinerja perusahaannya melebihi harapan konsumennya.

Menurut Schnaat dalam Tjiptono (2005 : 199) pada dasarnya tujuan sebuah bisnis adalah menciptakan para pelanggan yang puas. Apabila kinerja dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa. Bila kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas. Sedangkan bila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas.

Manfaat program kepuasan konsumen. Adapun manfaat dari kepuasan konsumen (Tjiptono, 2008:352), antara lain :

- a. Reaksi terhadap produsen memiliki biaya yang rendah fokus pada kepuasan pelanggan merupakan upaya mempertahankan konsumen dalam rangka menghadapi para produsen berbiaya rendah. Banyak perusahaan yang mendapati cukup banyak pelanggan yang bersedia membayar harga lebih mahal untuk pelayanan dan kualitas yang lebih baik.
- b. Manfaat ekonomi retensi pelanggan versus perpetual prospecting berbagai studi menunjukkan bahwa mempertahankan dan memuaskan konsumen saat ini lebih murah dibanding terus menerus berupaya menarik konsumen baru.
- c. Nilai kumulatif dari relasi berkelanjutan
Upaya mempertahankan loyalitas konsumen terhadap produk dan jasa perusahaan selama periode waktu yang lama bisa menghasilkan anuitas yang jauh lebih besar daripada pembelian individual.
- d. Daya persuasif mulut ke mulut.
Banyak industri (khususnya sektor jasa), pendapat/opini positif dari teman dan keluarga jauh lebih besar persuasif dan kredibel daripada iklan. Oleh karena itu, banyak perusahaan yang tidak hanya meneliti kepuasan total namun juga menelaah sejauh mana pelanggan bersedia merekomendasikan produk perusahaan kepada orang lain.
- e. Reduksi sensitivitas harga
Konsumen yang puas dan loyal terhadap sebuah perusahaan cenderung lebih jarang menawar harga untuk setiap pembelian individualnya. Hal ini disebabkan faktor kepercayaan telah terbentuk. Dalam banyak kasus, kepuasan pelanggan mengalihkan fokus pada harga pelayanan dan kualitas.
- f. Kepuasan konsumen sebagai indikator kesuksesan bisnis di masa depan.
Pada hakikatnya kepuasan konsumen merupakan strategi jangka panjang, karena dibutuhkan waktu cukup lama sebelum bisa membangun dan mendapatkan reputasi atas layanan prima. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan merupakan indikator kesuksesan bisnis di masa depan yang mengukur kecenderungan reaksi pelanggan terhadap perusahaan di masa yang akan datang.

Kepuasan pelanggan memiliki ukuran yang berbeda-beda. Ada beberapa metode pengukuran kepuasan pelanggan dan pelanggan pesaing. Kotler (1997:38) mengidentifikasi empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, antara lain adalah :

1. Sistem Keluhan dan Saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para pelanggannya guna menyampaikan saran, kritik, pendapat dan keluhan. Informasi yang diperoleh dari metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga bagi perusahaan dengan memungkinkannya untuk berreaksi secara tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul.

2. Pembeli Bayangan

Salah satu metode untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan dengan memperkerjakan beberapa orang untuk berperan atau berpura-pura sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing. Biasanya para pembeli bayangan diminta mengamati secara seksama dan menilai cara perusahaan dan pesaingnya melayani permintaan spesifik pelanggan, menjawab pertanyaan pelanggan dan menangani setiap keluhan pelanggan.

3. Analisis Pelanggan yang Lari

Perusahaan biasanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau telah beralih pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan selanjutnya.

4. Survey Kepuasan Pelanggan

Sebagian besar riset kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survei. Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik langsung dari pelanggan dan juga memberikan kesan positif bahwa perusahaan menaruh perhatian kepada pelanggannya.

Tjiptono (2008:225) mengungkapkan bahwa dalam mengevaluasi kepuasan terhadap produk, jasa, atau perusahaan tertentu, pelanggan umumnya mengacu pada berbagai faktor atau dimensi. Faktor yang sering digunakan dalam mengevaluasi kepuasan terhadap suatu produk antara lain meliputi:

1. Kinerja (*performance*) karakteristik operasi pokok dari produk inti (*core product*) yang dibeli, misalnya kecepatan, konsumen bahan bakar, jumlah penumpang yang dapat diangkut, kemudahan dan kenyamanan dalam mengemudi, dan sebagainya

2. Ciri – ciri keistimewaan tambah (*features*) yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
3. Keandalan (*reliability*) yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai.
4. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*) yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar – standar yang telah ditetapkan sebelumnya
5. Daya tahan (*durability*) berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. Dimensi ini mencakup umur teknis maupun umur ekonomis penggunaan.

2.1.4 Hubungan Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan berhubungan erat dengan kualitas jasa. Bila tingkat kepuasan pelanggan tinggi, berarti kualitas jasa/layanan yang dirasakan pelanggan sesuai atau bahkan lebih tinggi dari yang diharapkan pelanggan. Sehingga, kepuasan pelanggan dapat tercipta, maka perusahaan harus dapat memberikan pelayanan yang berkualitas pada pelanggan. Menurut Kotler (2007: 42) bahwa kepuasan pelanggan melalui layanan dapat ditingkatkan dengan beberapa pendekatan :

- a. Memperkecil kesenjangan-kesenjangan yang terjadi antara pihak manajemen dan pelanggan. Misalnya melakukan penelitian dengan menggunakan metode fokus pada konsumen untuk mengetahui persepsi pelayanan menurut pelanggan.
- b. Perusahaan harus mampu membangun komitmen bersama untuk menciptakan visi di dalam perbaikan proses pelayanan. Yang termasuk didalamnya adalah memperbaiki cara berpikir, perilaku, kemampuan, dan pengetahuan dari semua sumber daya manusia yang ada.
- c. Memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk menyampaikan keluhan. Dapat dilakukan dengan membentuk sistem saran dan kritik, misalnya dengan hotline bebas pulsa.
- d. Mengembangkan dan menerapkan *accountable*, *proactive*, dan *partmarketing* sesuai dengan situasi pemasaran. Perusahaan menghubungi pelanggan setelah proses pelayanan terjadi untuk mengetahui kepuasan dan harapan pelanggan (*accountable*).

Perusahaan menghubungi pelanggan dari waktu ke waktu untuk mengetahui perkembangan pelayanan (*proactive*). Pendekatan dimana perusahaan membangun kedekatan dengan pelanggan yang bermanfaat untuk meningkatkan citra dan posisi perusahaan di pasar (*partnership marketing*).

1. Pengaruh bukti fisik (*tangible*) terhadap kepuasan pelanggan.
Bukti fisik merupakan kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya. (Lupiyoadi, 2001:148). Pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan yaitu semakin baik penilaian konsumen terhadap bukti fisik maka kepuasan konsumen akan semakin tinggi. Dan jika penilaian konsumen terhadap bukti fisik buruk, maka kepuasan konsumen akan rendah. Penelitian yang dilakukan Desi (2011) menyebutkan bahwa variabel bukti fisik berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.
2. Pengaruh keandalan (*reliability*) terhadap kepuasan pelanggan.
Keandalan merupakan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi. (Lupiyoadi, 2001:148). Pengaruh keandalan terhadap kepuasan pelanggan yaitu semakin baik penilaian konsumen terhadap keandalan maka kepuasan konsumen akan semakin tinggi. Dan jika penilaian konsumen terhadap keandalan buruk, maka kepuasan konsumen akan rendah. Penelitian yang dilakukan Ari (2012) menyebutkan bahwa variabel keandalan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.
3. Pengaruh daya tanggap (*responsiveness*) terhadap kepuasan pelanggan.
Daya tanggap yaitu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. (Lupiyoadi, 2001:148). Pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan yaitu semakin baik penilaian konsumen terhadap daya tanggap maka kepuasan konsumen akan semakin tinggi. Dan jika penilaian konsumen terhadap daya tanggap buruk, maka kepuasan konsumen akan rendah. Penelitian yang dilakukan Ari (2012) menyebutkan bahwa variabel daya tanggap berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.
4. Pengaruh jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan pelanggan.
Jaminan merupakan pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.

(Lupiyoadi, 2001:148). Pengaruh jaminan terhadap kepuasan pelanggan yaitu semakin baik penilaian konsumen terhadap jaminan maka kepuasan konsumen akan semakin tinggi. Dan jika penilaian konsumen terhadap jaminan buruk, maka kepuasan konsumen akan rendah. Penelitian yang dilakukan Dodi (2013) dan Ari (2012) menyebutkan bahwa variabel jaminan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

5. Pengaruh empati (*emphaty*) terhadap kepuasan pelanggan.

Empati merupakan memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik. (Lupiyoadi, 2001:148). Pengaruh empati terhadap kepuasan pelanggan yaitu semakin baik penilaian konsumen terhadap empati, maka kepuasan konsumen akan semakin tinggi. Dan jika penilaian konsumen terhadap empati buruk, maka kepuasan konsumen akan rendah. Penelitian yang dilakukan Yoan (2013) dan Ari (2012) menyebutkan bahwa variabel empati berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan sebagai acuan untuk menentukan beberapa hal, yaitu dapat disajikan sebagai dasar dan perbandingan yang berhubungan yang berhubungan dengan teori sistematika yang dilakukan. Penelitian pertama dilakukan oleh Desi (2011) dengan judul “ Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Salon Rudi Hadisuwarno Jember. Metode pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan metode survei dan menggunakan kuisisioner sebagai alat pengumpulan data. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 60 responden yaitu konsumen tetap yang menggunakan jasa Salon Rudi Hadisuwarno Jember. Metode analisis data menggunakan Regresi Linier Berganda, alat analisis Confirmatory. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, keandalan, daya tanggap, jaminan empati, bukti fisik memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen jasa Salon Rudi Hadisuwarno Jember, dan variabel yang paling dominan adalah faktor kualitas layanan. Persamaan penelitian Desi dengan penelitian ini adalah sama-sama menguji pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen. Perbedaannya adalah penelitian Desi memiliki variabel yang dominan yaitu kualitas pelayanan.

Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. TIKI Cabang Semarang oleh Ari (2012). Metode analisis data menggunakan analisis linier berganda dan analisis deskriptif. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan, harga. Sedangkan variabel dependen adalah kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara simultan. Persamaan penelitian Ari dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan alat analisis yang sama yaitu analisis linier berganda, dan menggunakan variabel kepuasan pelanggan. Perbedaannya adalah tidak menggunakan variabel harga.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Dody (2013) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada GIANT Supermarket Dinoyo Malang. Variabel independen dalam penelitian ini adalah bukti fisik (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), tanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), perhatian (*emphaty*). Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan. Metode pengolahan data menggunakan metode exsplanatory reserch. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebesar 60 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lima variabel kualitas pelayanan yang meliputi bukti fisik (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), tanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), perhatian (*emphaty*) memiliki pengaruh yang signifikan baik secara simultan maupun parsial terhadap kepuasan pelanggan, dan tanggapan (*responsiveness*) merupakan variabel yang dominan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan Giant Supermarket Dinoyo Malang. Persamaan penelitian Dody dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan variabel yang sama yaitu bukti fisik (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), tanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), perhatian (*emphaty*). Sedangkan perbedaannya adalah penelitian Dody menggunakan alat analisis Exsplanatory reserch.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

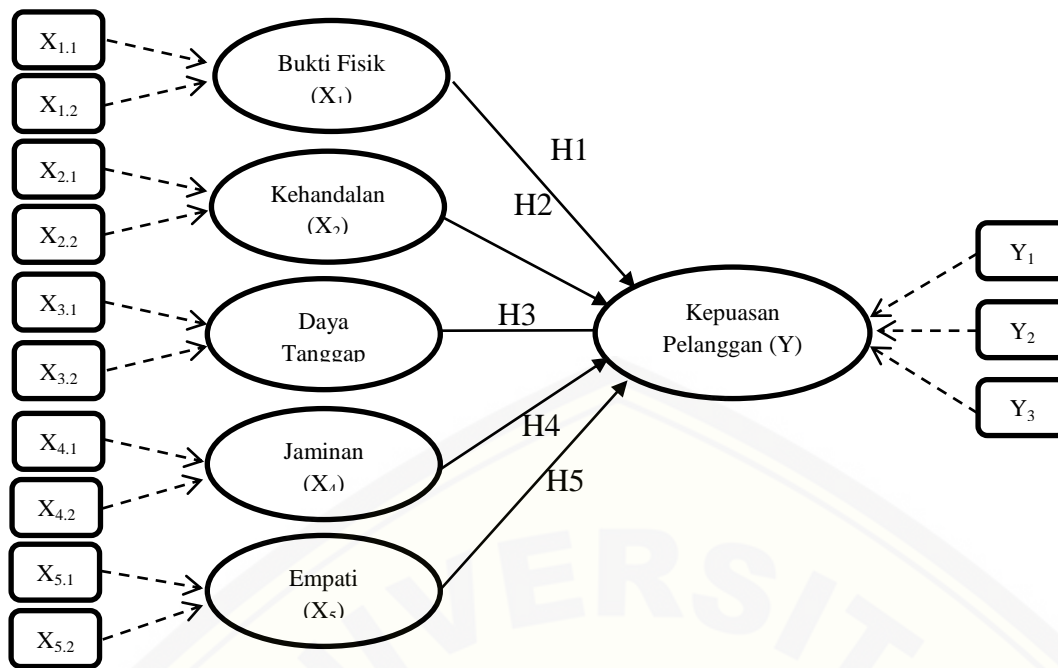
No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul	Variabel-variabel Penelitian	Metode Analisis	Hasil (Kesimpulan)
1	Desi (2011)	Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Salon Rudi Hadisuwarno Jember	Kualitas pelayanan, keandalan, daya tanggap, jaminan empati, bukti fisik	Analisis Regresi Linier Berganda	variabel kualitas pelayanan, keandalan, daya tanggap, jaminan empati, bukti fisik memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen jasa Salon Rudi Hadisuwarno dan variabel yang paling

					dominan adalah faktor kualitas layanan.
2	Ari (2012)	Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. TIKI Cabang Semarang	Kualitas pelayanan , harga	Analisis linier berganda dan Analisis deskriptif	kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara simultan.
3	Dody (2013)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada GIANT Supermarket Dinoyo Malang.	Bukti fisik, kehandalan , tanggapan, jaminan perhatian	Exsplanatory reserch	Bukti fisik, kehandalan, tanggapan, jaminan, perhatian, berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap kepuasan pelanggan Giant Supermarket Dinoyo Malang

Sumber : Data Diolah 2016

2.3 Kerangka Konseptual

Berdasarkan uraian yang telah disajikan dalam landasan teori diatas, lima dimensi yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan perhatian berperan sebagai faktor-faktor dari kualitas pelayanan untuk mengukur kepuasan pelanggan. Pada penelitian ini menggunakan analisis faktor dengan melakukan penyaringan atau penyeleksian dari kelima faktor-faktor kualitas pelayanan yang mempunyai hubungan kepada kepuasan pelanggan. Analisis faktor merupakan sebuah analisis yang mencari hubungan interdependensi antar variabel, sehingga mampu mengidentifikasi dimensi-dimensi atau faktor-faktor yang menyusunnya. Oleh karena itu dalam analisis faktor tidak terdapat variabel bebas atau variabel terikat, karena dalam analisis ini tidak mengklasifikasikan variabel bebas maupun variabel terikat. Manfaat analisis faktor adalah melakukan peringkasan variabel berdasarkan tingkat keeratan hubungan antar variabel, sehingga akan diperoleh faktor-faktor dominan yang berpengaruh pada variabel lainnya (Rochaety, 2007;184)



Keterangan :

- : pengaruh
- - - - -> : indikator
- : indikator
- : variabel

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Sumber Data: Diolah 2016

Berdasarkan gambar kerangka konseptual diatas, penelitian ini menggunakan enam variabel diantaranya:

- a. Bukti Fisik (X1) dengan indikator :
 - X1.1 : Ruang *front office*.
 - X1.2 : Atribut dan seragam kerja.
- b. Kehandalan (X2) dengan indikator :
 - X2.1 : Pelayanan yang baik, akurat, dan tepat waktu.
 - X2.2 : Pelayanan yang sama dan bertanggungjawab.
- c. Daya Tanggap (X3) dengan indikator :
 - X3.1 : Karyawan memberikan pelayanan yang tanggap.
 - X3.2 : Karyawan memberikan informasi yang jelas.
- d. Jaminan (X4) dengan indikator:
 - X4.1 : Karyawan memiliki pengetahuan terhadap produk.

- X4.2 : Karyawan memberikan kenyamanan pada pelanggan.
- e. Empati (X5) dengan indikator:
- X5.1 : Karyawan berkomunikasi dengan baik.
- X5.2 : Kemudahan menghubungi perusahaan ketika terjadi masalah.
- f. Kepuasan Pelanggan (Y) dengan indikator:
- Y1 : Pelayanan sesuai dengan yang diharapkan.
- Y2 : Minat untuk kembali menggunakan jasa.
- Y3 : Kenyamanan yang dirasakan pelanggan.

2.4 Hipotesis

Berdasarkan pokok permasalahan tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- H₁ : Ada pengaruh signifikan bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Express Across Nations Kabupaten Jember.
- H₂ : Ada pengaruh signifikan kehandalan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Express Across Nations Kabupaten Jember.
- H₃ : Ada pengaruh signifikan daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Express Across Nations Kabupaten Jember.
- H₄ : Ada pengaruh signifikan jaminan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Express Across Nations Kabupaten Jember.
- H₅ : Ada pengaruh signifikan empati terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Express Across Nations Kabupaten Jember.

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian merupakan kegiatan yang dilakukan oleh peneliti mulai dari perumusan hipotesis sampai pada analisis data. Penelitian ini akan mengevaluasi mengenai pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kualitas pelanggan. Jenis penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah penelitian *explanatory research*. Penelitian ini merupakan penelitian penjelasan atau explanatory research, yaitu penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesa pada data yang sama.

Penelitian ini menjelaskan hubungan kausal antara variabel dimensi kualitas jasa yang terdiri dari variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan survei, yaitu dengan cara mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpulan yang pokok (Singarimbun dan Effendi, 1995:5)

3.2 Jenis dan Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden, atau sumber utama baik individu maupun perseorangan. Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh melalui kuisioner responden yang telah menggunakan jasa pengiriman PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Express Across Nations Kabupaten Jember.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah keadaan dan jumlah objek penelitian secara keseluruhan yang memiliki karakteristik tertentu (Teguh, 2005). Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Express Across Nations Kabupaten Jember.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Arikuntoro 2006 :109). Teknik pengambilan sampel adalah dengan *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. (Sugiyono,2008:218). Kriteria yang diajukan adalah :

1. Konsumen yang dijadikan responden adalah laki-laki atau wanita berusia diatas 17 tahun, agar pertanyaan atau pernyataan yang diajukan dapat dipahami dan dimengerti dengan tepat.
2. Konsumen telah menggunakan jasa PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Express Across Nations Kabupaten Jember minimal 2 kali.

Ukuran sampel yang terlalu besar (lebihdari 500) juga dapat menjadi masalah karena rentan terhadap kesalahan (Sekaran, 2003:252). Jadi ukuran sampel yang terlalu besar atau terlalu kecil tidak akan membentuk proyek penelitian. Sehingga adanya aturan penentuan ukuran sampel sebagai berikut (Roscoe dalam Sekaran, 2003:253) :

- a. Ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian.
- b. Dalam penelitian multivariate (termasuk analisis regresi linier berganda), ukuran sampel sebaiknya beberapa kali (lebih disukai 10 kali atau lebih) besardari jumlah variabel dalam studi.

Ferdinand (2002:51) menyatakan bahwa ukuran sampel tergantung pada jumlah indikator yang digunakan dalam seluruh variabel laten. Jumlah sampel adalah sama dengan jumlah indicator dikalikan 5 (lima) sampai dengan 10 (sepuluh). Berdasarkan pendapat-pendapat tersebut, maka jumlah sampel pada penelitian ini ditetapkan sebesar 130 responden yang diperoleh dari seluruh jumlah variabel indikator yang digunakan dalam penelitian dikalikan dengan 10 (13 indikator x 10), dan telah memenuhi jumlah responden minimum yaitu sebesar 130 responden.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuisioner. Kuisioner adalah salah satu teknik pengumpulan data dengan menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden, untuk diminta pendapat tentang kualitas layanan pada PT. JNE Express Across Nations Jember.

3.5 Identifikasi Variabel

Variabel – variabel yang akan dianalisis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Variabel terikat (*Dependent variable*), yaitu Kepuasan Pelanggan (Y)
- b. Variabel bebas (*Independent variable*), yaitu Dimensi Kualitas Jasa (X) yang terdiri dari:
 - X1 = Bukti fisik
 - X2 = Keandalan
 - X3 = Daya Tanggap
 - X4 = Jaminan
 - X5 = Empati

3.6 Defenisi Operasional dan Skala Pengukuran Variabel

3.6.1 Defenisi Operasional Variabel

Defenisi Operasional dan variabel-variabel dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- 1) Bukti Fisik/*Tangible* (X_1), yaitu penampilan fisik seperti gedung, serta sarana prasarana. Indikator bukti fisik dalam penelitian ini meliputi:
 - a. Ruang *front office* ($X_{1,1}$), adalah PT. JNE Express Across Nations Jember menyediakan ruangan *front office* yang luas dan nyaman.
 - b. Atribut dan seragam kerja ($X_{1,2}$), adalah karyawan PT. JNE Express Across Nations Jember menggunakan atribut dan seragam kerja yang bersih dan rapi.

- 2) Keandalan/*Reliability* (X_2), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang dijanjikan dan terpercaya. Indikator keandalan dalam penelitian ini meliputi:
 - a. Karyawan memberikan pelayanan yang baik ($X_{2.1}$), adalah karyawan PT. JNE Express Across Nations Jember memberikan pelayanan yang baik, akurat, dan tepat waktu.
 - b. Pelayanan yang sama ($X_{2.2}$), adalah karyawan PT. JNE Express Across Nations Jember memberikan pelayanan yang sama untuk semua pelanggan dan bertanggungjawab.
- 3) Daya Tanggap/*Responsiveness* (X_3) yaitu, kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang cepat dan akurat terhadap pelanggan. Indikator daya tanggap dalam penelitian ini meliputi:
 - a. Pelayanan yang cepat ($X_{3.1}$) adalah sikap karyawan PT. JNE Express Across Nations Jember, untuk memberikan pelayanan yang tanggap (*responsif*) pada pelanggan.
 - b. Informasi yang jelas dan cepat ($X_{3.2}$) adalah karyawan PT. JNE Express Across Nations Jember memberikan informasi yang jelas dan penanganan keluhan pelanggan.
- 4) Jaminan/*Assurance* (X_4) yaitu, kemampuan yang dimiliki karyawan perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan. Indikator jaminan dalam penelitian ini meliputi:
 - a. Karyawan memiliki pengetahuan ($X_{4.1}$), adalah karyawan PT. JNE Express Across Nations Jember mempunyai pengetahuan terhadap produk dan ketrampilan dalam memberikan informasi yang dibutuhkan pelanggan.
 - b. Karyawan memberikan keamanan ($X_{4.2}$), adalah karyawan PT. JNE Express Across Nations Jember dapat memberikan rasa aman dan menumbuhkan rasa percaya kepada pelanggan.
- 5) Empati/*Empathy* (X_5) yaitu, memberikan perhatian yang tulus yang bersifat individual kepada pelanggan. Indikator empati dalam penelitian ini meliputi:

- a. Karyawan berkomunikasi dengan baik ($X_{5.1}$), adalah kemampuan karyawan PT. JNE Express Across Nations Jember untuk berkomunikasi dengan baik.
- b. Kemudahan untuk menghubungi perusahaan ketika terjadi masalah ($X_{5.2}$) adalah pelanggan mudah menghubungi PT. JNE Express Across Nations Jember bila terjadi masalah.

6) Kepuasan Pelanggan (Y).

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesan terhadap kinerja suatu produk dan harapan-harapannya. Indikator kepuasan pelanggan dalam penelitian ini meliputi:

- a. Kepuasan atas pelayanan (Y_1), adalah perasaan puas atas layanan yang diberikan karyawan PT. JNE Express Across Nations Kab. Jember.
- b. Minat untuk kembali menggunakan jasa (Y_2), adalah minat pelanggan untuk kembali menggunakan jasa PT. JNE Express Across Nations Kab. Jember.
- c. Kepuasan atas keamanan dan keramahan (Y_3), adalah kepuasan pelanggan pada keamanan dan keramahan karyawan PT. JNE Express Across Nations Kab. Jember

3.7 Skala Pengukuran Variabel

Fungsi pengukuran adalah untuk menunjukkan angka-angka pada suatu variabel menurut aturan yang telah ditetapkan. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *Likert*. Skala likert digunakan untuk mengukur setiap sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2008). Rentang yang digunakan untuk mengukur derajat sangat setuju atau tidak setuju untuk indikator variabel dalam penelitian ini adalah 1 (satu) sampai 5 (lima) dengan tingkat pembobotan sebagai berikut:

- a. Jawaban sangat tidak setuju, bobot nilai 1.
- b. Jawaban tidak setuju, bobot nilai 2.
- c. Jawaban netral, bobot nilai 3.

- d. jawaban setuju, bobot nilai 4.
e. jawaban sangat setuju, bobot nilai 5.

3.8 Uji Instrumen

3.8.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dikatakan sah jika pertanyaan pada kuisisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. Uji validitas menggunakan analisis korelasi *product moment pearson's* yaitu dengan cara mengkorelasikan setiap pertanyaan dengan skor total. Adapun kriteria pengujiannya adalah apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen tidak valid sedangkan apabila $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ instrumen valid (Ghozali, 2013:47).

3.8.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat untuk yang digunakan untuk mengambil data yang berupa jawaban (kuesioner), yang dapat diandalkan dan tetap konsisten apabila alat tersebut digunakan kembali oleh peneliti lainnya. Reliabilitas berkonsentrasi pada masalah akurasi alat didalam mengukur konsistensi. Dengan kata lain reliabilitas menunjukkan seberapa besar pengukuran kendali terhadap subjek yang sama. Pengujian kendala alat ukur dalam alat penelitian menggunakan reliabilitas metode alpha (α) yang digunakan adalah metode *Cronbach* yakni (Ghozali, 2005:42)

$$\alpha = \frac{kr}{1 + (k - 1)r}$$

Keterangan;

α = koefisien reliabilitas

r = koefisien rata-rata korelasi antar variabel

k = jumlah variabel bebas dalam persamaan

Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan menguji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila variabel tersebut memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60.

3.8.3 Uji Normalitas Data dengan *Skewness* dan *Kurtosis*.

Menurut Imam Ghozali (2006), Uji normalitas ini bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam suatu variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Secara statistik ada dua komponen statistik yaitu *Skewness* dan *Kurtosis*. *Skewness* berhubungan dengan simetri distribusi sedangkan *Kurtosis* berhubungan dengan puncak suatu distribusi. Uji *Skewness* dan *Kurtosis* dapat dihitung dengan cara :

$$Z_{skew} = \frac{S-0}{\sqrt{6}/N} \quad Z_{kurt} = \frac{K-0}{\sqrt{24}/N}$$

Keterangan :

- S : nilai *Skewness*
 N : jumlah kasus
 K : nilai *Kurtosis*

Nilai Z kita bandingkan dengan nilai kritisnya yaitu untuk alpha 0,01 nilai kritisnya $\pm 2,58$ sedangkan untuk alpha 0,05 nilai kritisnya $\pm 1,96$.

3.9 Metode Analisis Data

3.9.1 Analisis Linier Berganda

Alat analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Menurut Supranto (2000:204) analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel *tangible* (X1), *reliability* (X2), *responsiveness* (X3), *assurance* (X4), *emphaty* (X5) terhadap kepuasan konsumen pada PT. JNE Express Across Nations di Kabupaten Jember, dengan rumus :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Dimana :

Y = Kepuasan pelanggan

a = Bilangan Konstanta

b_1, b_2, b_3, b_4, b_5 = Bilangan konstanta

X_1 = Variabel *tangible*

X_2 = Variabel *reliability*

X_3 = Variabel *responsiveness*

X_4 = Variabel *assurance*

X_5 = Variabel *emphaty*

e = Variabel pengganggu

b_1, b_2, b_3, b_4, b_5 = Koefisien regresi.

3.10 Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui signifikansi dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat yang terdapat dalam model. Uji hipotesis yang dilakukan adalah:

1. Uji F

Uji F digunakan untuk melihat signifikansi pengaruh dari variabel bebas secara simultan (serentak) terhadap variabel terikat (Ghozali, 2013:96). Dalam penelitian ini uji F digunakan untuk melihat signifikansi pengaruh dari variabel X_1, X_2, X_3 terhadap variabel Y dengan level signifikansi yang digunakan 5% atau 0,05. Langkah-langkah dalam uji f sebagai berikut :

a. Memformulasikan H_0 dan H_a

H_{01} = Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan dan Empati tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H_{a1} = Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan dan Empati berpengaruh signifikan terhadap terhadap kepuasan pelanggan.

b. Memilih tingkat signifikansi, dalam penelitian ini menggunakan $\alpha = 5\%$

c. Keputusan dari uji F sebagai berikut :

1) Apabila $F_{tabel} > F_{hitung}$ maka H_0 diterima.

2) Apabila $F_{tabel} < F_{hitung}$ maka H_0 ditolak.

Keputusan dari uji F dapat dijelaskan sebagai berikut :

a) $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh Bukti Fisik, Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan dan Empati terhadap kepuasan pelanggan.

b) $H_a : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh Bukti Fisik, Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan dan Empati terhadap kepuasan pelanggan.

2. Uji t

Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji t. Uji t sendiri digunakan untuk apakah variabel bebas berpengaruh secara parsial terhadap variabel tidak bebas dengan level signifikansi yang digunakan 5% atau 0,05. Langkah-langkah dalam uji t sebagai berikut :

a. Memformulasikan H_0 dan H_a

1) Hipotesis 1

$H_{01} : \beta_1 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan.

$H_{a1} : \beta_1 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan.

2) Hipotesis 2

$H_{02} : \beta_2 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh kehandalan terhadap kepuasan pelanggan.

$H_{a2} : \beta_2 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh kehandalan terhadap kepuasan pelanggan.

3) Hipotesis 3

$H_{03} : \beta_3 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan.

$H_{a3} : \beta_3 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan.

4) Hipotesis 4

Ho2 : $\beta_2 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh jaminan terhadap kepuasan pelanggan.

Ha2: $\beta_2 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh jaminan terhadap kepuasan pelanggan.

5) Hipotesis 5

Ho3 : $\beta_3 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh empati terhadap kepuasan pelanggan.

Ha3: $\beta_3 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh empati terhadap kepuasan pelanggan.

b. Keputusan dari uji t sebagai berikut :

1) Apabila $t_{tabel} > t_{hitung}$ maka H_0 diterima.

2) Apabila $t_{tabel} < t_{hitung}$ maka H_0 ditolak.

Keputusan dari uji t dapat dijelaskan sebagai berikut :

1) Hipotesis 1

a) Jika H_0 diterima maka hipotesis penelitian (H_a) ditolak yang artinya bukti fisik tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

b) Jika H_0 ditolak maka hipotesis penelitian (H_a) diterima yang artinya bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2) Hipotesis 2

a) Jika H_0 diterima maka hipotesis penelitian (H_a) ditolak yang artinya kehandalan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

b) Jika H_0 ditolak maka hipotesis penelitian (H_a) diterima yang artinya kehandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

3) Hipotesis 3

a) Jika H_0 diterima maka hipotesis penelitian (H_a) ditolak yang artinya daya tanggap tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

b) Jika H_0 ditolak maka hipotesis penelitian (H_a) diterima yang artinya daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4) Hipotesis 4

a) Jika H_0 diterima maka hipotesis penelitian (H_a) ditolak yang artinya jaminan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

- b) Jika H_0 ditolak maka hipotesis penelitian (H_a) diterima yang artinya jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

5) Hipotesis 5

- a) Jika H_0 diterima maka hipotesis penelitian (H_a) ditolak yang artinya empati tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- b) Jika H_0 ditolak maka hipotesis penelitian (H_a) diterima yang artinya empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

3.11 Uji Asumsi Klasik

Setelah memperoleh model regresi linier berganda, maka langkah selanjutnya yang dilakukan apakah model yang dikembangkan bersifat BLUE (*Best Linier Unbised Estimator*). Metode ini mempunyai kriteria bahwa pengamatan harus mewakili variasi minimum, konstanta, dan efisien. Asumsi BLUE yang harus dipenuhi antara lain: data berdistribusi normal tidak ada multikolinearitas, dan tidak terjadi heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas Model

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel independen, variabel dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal ataukah mutlak regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Mendeteksi normalitas dengan melihat penyebaran data titik pada sumbu diagonal dari grafik (Latan, 2013:42). Dasar pengambilan keputusan antara lain:

- 1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi rmemenuhi asumsi normalitas;
- 2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah pengujian dari asumsi untuk membuktikan bahwa variabel-variabel bebas dalam suatu model tidak saling berkorelasi satu dengan lainnya. Adanya multikolinearitas dapat menyebabkan model regresi yang diperoleh tidak valid untuk menaksir variabel independen. Gejala

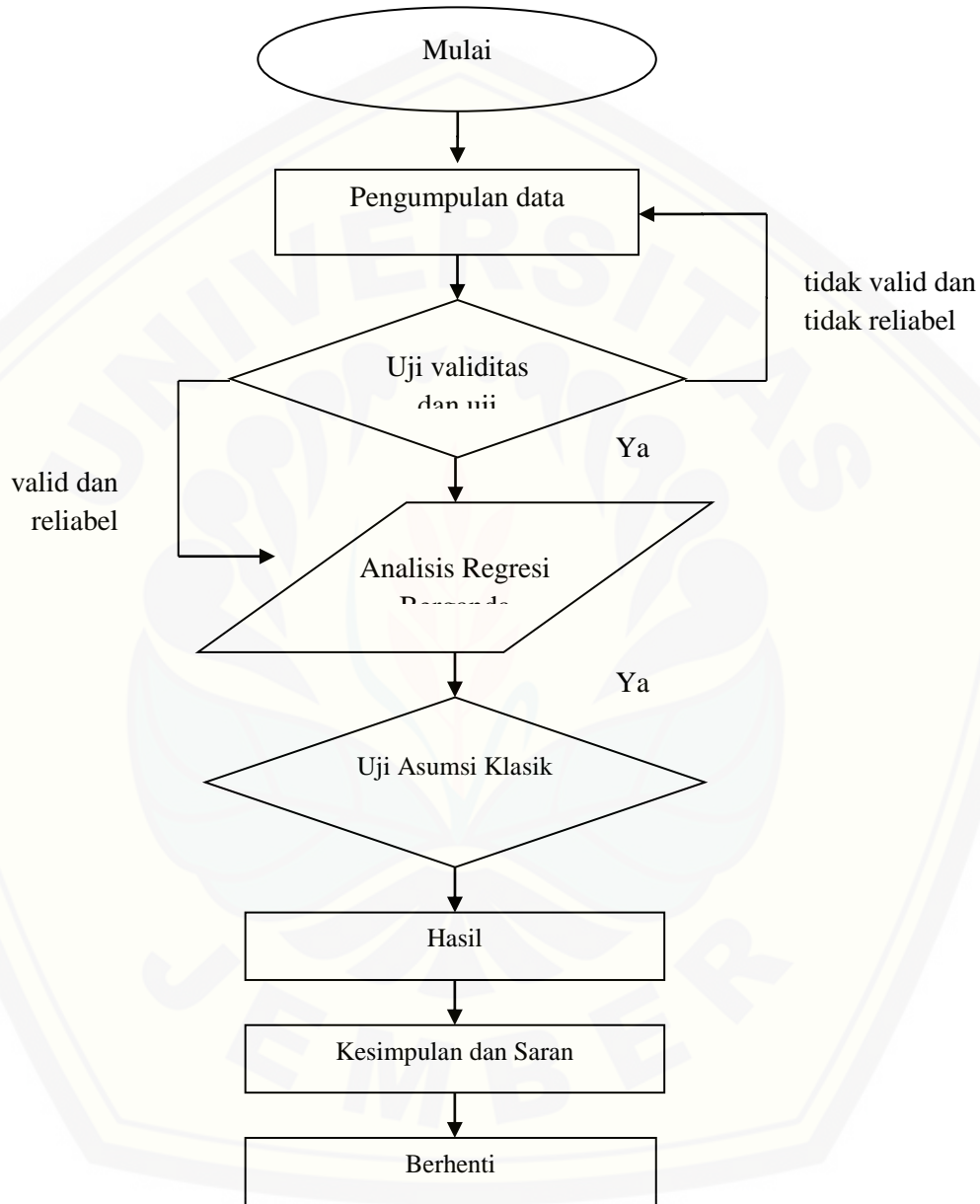
multikolinearitas juga dapat dideteksi dengan melihat besarnya VIF (*Variance Inflation Factor*). Latan (2013:61), menyatakan bahwa indikasi multikolinearitas pada umumnya terjadi jika VIF lebih dari 10, maka variabel tersebut mempunyai persoalan multikolinieritas dengan variabel bebas lainnya.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar scatterplot model tersebut (Latan, 2013:39). Dasar pengambilan keputusan antara lain:

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik (*point-point*) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas;
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.12 Kerangka Pemecahan Masalah



Gambar 3.1 Kerangka Pemecahan Masalah

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada bab sebelumnya, maka hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut.

- a. Bukti fisik (X_1) berpengaruh secara signifikan (nyata) terhadap kepuasan. Hal ini berarti semakin baik sarana fisik yang dimiliki perusahaan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan.
- b. Keandalan (X_2) berpengaruh secara signifikan (nyata) terhadap kepuasan. Hal ini berarti semakin baik handal perusahaan dalam memberikan pelayanan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan.
- c. Daya tanggap (X_3) berpengaruh secara signifikan (nyata) terhadap kepuasan. Hal ini berarti semakin baik tanggap perusahaan pada kebutuhan pelanggan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan.
- d. Jaminan (X_4) berpengaruh secara signifikan (nyata) terhadap kepuasan. Hal ini berarti semakin besar jaminan yang perusahaan berikan kepada pelanggan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan.
- e. Empati (X_5) berpengaruh secara signifikan (nyata) terhadap kepuasan. Hal ini berarti semakin tinggi kepedulian perusahaan pada pelanggan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

5.2 Saran-Saran

Saran yang dapat diberikan praktisi, dan akademisi yaitu:

- a. Terdapat beberapa hal yang perlu menjadi koreksi bagi perusahaan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan terutama pada aspek bukti fisik. Sehingga perusahaan perlu memberikan kelengkapan fisik yang mendukung agar pelanggan nyaman dalam proses pelayanan.
- b. Hendaknya dilakukan penelitian serupa dengan menambahkan variabel lain dan jumlah sampel agar hasilnya beragam.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Edisi Revisi V*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Aryadi, Dody. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada GIANT Supermarket Dinoyo Malang. *Universitas Brawijaya. Malang*
- Basrah, Saidani. 2012. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen dan minat beli pada Ranch Market Jakarta. *Jurnal. Jakarta.*
- Ferdinand, Agusty. 2002. *Structural Equation Modelling Dalam Penelitian Manajemen, Edisi 2*. Semarang :Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hardiyati, Ratih. 2010. *Analisis Kualaitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan Agrowisata Kebun Teh Pagilaran*. Program S1. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember. 2012. *Pedoman Penulisan Proposal Skripsi Dan Skripsi*. Jember: Jember University Press.
- Kotler, Philip. 2008. *Prinsip-Prinsip Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip, 2007. *Manajemen Pemasaran Edisi 11*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Latan, Hengki. 2013. *Analisa Multivariat Teknik dan Aplikasii*.Bandung: Alfabet
- Lovelock, Christopher. Jochen Wirtz. 2004. *Service Marketing*. Pearson Prentice Hall. America
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Masri, Singarimbun dan Sofian Effendi. 1995. *Metode Penelitian Survey*. Jakarta : PT. Pustaka LP3ES Indonesia.
- Permatasari, Desi. 2011. *Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Salon Rudi Hadisuwarno Jember*. Universitas Jember.

Prasetio, Ari. 2012. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal. Universitas Negeri Semarang*.

Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani. 2008. *Manajemen Kualitas Jasa Pemasaran Jasa*. Salemba Empat: Jakarta

Sekaran, Umar. 2003. *Research Methode for Bussines : A skill Building Aproach*, USA: Jhon Wiley and sons Inc.

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (16th ed)*. Bandung: Alfabeta

Tjiptono, Fandi. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : Andi.

Tjiptono, Fandydan Chandra, Gregorius dan Adriana, Dedi. 2008. *Pemasaran Strategic*, Yogyakarta: Andi Offset

<http://www.jne.co.id/id/produk-dan-layanan/jne-express> [15 November 2016]

<http://www.slideshare.net/yoansantoso/skripsi-yoan> [03 Desember 2016]

LEMBAR KUESIONER

Kepada :
Yth. Responden
di
Tempat

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan penulisan skripsi sebagai salah satu syarat pengambilan gelar sarjana S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember, saya mohon kesediaan dan partisipasi Saudara/I untuk mengisi kuesioner ini dengan jujur dan sesuai dengan kenyataan yang ada. Kuesioner ini ditujukan sebagai observasi awal untuk menentukan dan mengetahui **“Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. JALUR NUGRAHA EKAKURIR (JNE) Express Across Nations Kabupaten Jember”**.

Informasi yang Saudara/I berikan hanya digunakan untuk kepentingan terbatas, dalam artian hanya diperlukan untuk penelitian ini saja. Peneliti menjamin sepenuhnya rahasia pribadi juga jawaban Saudara/I dalam memberikan kebenaran dari pada peneliti.

Atas bantuan dan kerjasama yang Saudara/I berikan, saya mengucapkan terimakasih.

Hormat saya,

Ricky S Gultom
NIM. 100810201152

KUESIONER PENELITIAN**Identitas Responden**

1. No Urut :(Di isi oleh penulis)
2. JenisKelamin : L/P
3. Usia : tahun
4. Pekerjaan :

Petunjuk : Berikan tanda (\checkmark) pada salah satu jawaban sesuai apa yang anda ketahui dan rasakan selama ini. terdapat 4 (empat) pilihan jawaban, yaitu :

- a. Jawaban sangat tidak setuju (STS) : skor 1
- b. Jawaban tidak setuju (TS) : skor 2
- c. Jawaban netral (N) : skor 3
- d. Jawaban setuju (S) : skor 4
- e. Jawabansangatsetuju (SS) : skor 5

Daftar Kuesioner1. BuktiFisik (X_1)

<u>No</u>	<u>Pernyataan</u>	<u>STS</u>	<u>TS</u>	<u>N</u>	<u>S</u>	<u>SS</u>
1.	Ruangan <i>front office</i> yang digunakan PT. JNE Express Across Nations Jember luas dan nyaman.					
2.	Karyawan PT. JNE Express Across Nations Jember berpenampilan bersih dan rapi.					

2. Keandalan(X_2)

<u>No.</u>	<u>Pernyataan</u>	<u>TS</u>	<u>TS</u>	<u>N</u>	<u>S</u>	<u>S</u>
1.	Pelayanan yang diberikan karyawan PT. JNE Express Across Nations Jember baik, akurat dan tepat waktu.					
2	Semua pelanggan mendapatkan pelayanan yang sama dari karyawan PT. JNE Express Across Nations Jember					

3. DayaTanggap (X_3)

<u>No</u>	<u>Pernyataan</u>	<u>STS</u>	<u>TS</u>	<u>N</u>	<u>S</u>	<u>SS</u>
1	PT. JNE Express Across Nations Jember memberikan pelayanan yang tanggap dan tepat pada semua pelanggan.					
2	PT. JNE Express Across Nations Jember memberikan informasi yang jelas dan sigap menangani keluhan pelanggan.					

4. Jaminan (X_4)

<u>No</u>	<u>Pernyataan</u>	<u>STS</u>	<u>TS</u>	<u>N</u>	<u>S</u>	<u>SS</u>
1	PT. JNE Express Across Nations Jember memiliki pengetahuan terhadap produk dan keterampilan dalam memberikan informasi pada pelanggan.					

2	PT. JNE Express Across Nations Jember memberikan keamanan dan menumbuhkan rasa percaya pada pelanggan.					
---	--	--	--	--	--	--

5. Empati (X_5)

No	Pernyataan	<u>STS</u>	<u>TS</u>	<u>N</u>	<u>S</u>	<u>SS</u>
1	PT. JNE Express Across Nations Jember berkomunikasi dengan baik, dan memahami keinginan pelanggan.					
2	Pelanggan mudah menghubungi perusahaan apabila terjadi masalah.					

6. Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Pernyataan	<u>STS</u>	<u>TS</u>	<u>N</u>	<u>S</u>	<u>SS</u>
1	Saya merasa puas atas pelayanan yang diberikan karyawan PT. JNE Express Across Nations Jember					
2	Saya akan kembali menggunakan jasa PT. JNE Express Across Nations Jember					
3	Saya merasa nyaman atas pelayanan yang diberikan karyawan PT. JNE Express Across Nations Jember					

Tabel : Karakteristik Responden

No	Umur			JenisKelamin		Pekerjaan	
	Tahun	Kode	Kategori	Kode	Kategori	Kode	Kategori
1	24	1	20-31 tahun	1	Laki-laki	3	Wiraswasta
2	55	3	44-55 tahun	2	Perempuan	4	Mahasiswa
3	41	2	32-43 tahun	1	Laki-laki	2	PegawaiSwasta
4	26	1	20-31 tahun	1	Laki-laki	4	Mahasiswa
5	23	1	20-31 tahun	1	Laki-laki	1	PNS
6	53	3	44-55 tahun	1	Laki-laki	3	Wiraswasta
7	25	1	20-31 tahun	2	Perempuan	3	Wiraswasta
8	23	1	20-31 tahun	1	Laki-laki	4	Mahasiswa
9	35	2	32-43 tahun	1	Laki-laki	2	PegawaiSwasta
10	24	1	20-31 tahun	1	Laki-laki	2	PegawaiSwasta
11	27	1	20-31 tahun	1	Laki-laki	2	PegawaiSwasta
12	27	1	20-31 tahun	1	Laki-laki	1	PNS
13	41	2	32-43 tahun	1	Laki-laki	2	PegawaiSwasta
14	52	3	44-55 tahun	1	Laki-laki	2	PegawaiSwasta
15	32	2	32-43 tahun	1	Laki-laki	4	Mahasiswa
16	33	2	32-43 tahun	2	Perempuan	3	Wiraswasta
17	41	2	32-43 tahun	1	Laki-laki	3	Wiraswasta
18	44	3	44-55 tahun	1	Laki-laki	3	Wiraswasta
19	26	1	20-31 tahun	1	Laki-laki	2	PegawaiSwasta
20	48	3	44-55 tahun	1	Laki-laki	3	Wiraswasta
21	25	1	20-31 tahun	1	Laki-laki	2	PegawaiSwasta
22	24	1	20-31 tahun	2	Perempuan	2	PegawaiSwasta
23	26	1	20-31 tahun	1	Laki-laki	4	Mahasiswa
24	48	3	44-55 tahun	1	Laki-laki	2	PegawaiSwasta
25	26	1	20-31 tahun	1	Laki-laki	4	Mahasiswa
26	38	2	32-43 tahun	1	Laki-laki	2	PegawaiSwasta
27	27	1	20-31 tahun	2	Perempuan	3	Wiraswasta
28	36	2	32-43 tahun	1	Laki-laki	3	Wiraswasta
29	42	2	32-43 tahun	1	Laki-laki	2	PegawaiSwasta
30	35	2	32-43 tahun	1	Laki-laki	4	Mahasiswa
31	33	2	32-43 tahun	1	Laki-laki	1	PNS
32	28	1	20-31 tahun	2	Perempuan	1	PNS
33	29	1	20-31 tahun	1	Laki-laki	3	Wiraswasta
34	30	1	20-31 tahun	1	Laki-laki	3	Wiraswasta
35	27	1	20-31 tahun	1	Laki-laki	4	Mahasiswa
36	40	2	32-43 tahun	1	Laki-laki	1	PNS
37	40	2	32-43 tahun	2	Perempuan	3	Wiraswasta
38	38	2	32-43 tahun	1	Laki-laki	3	Wiraswasta

Tabel Lanjutan : Karakteristik Responden

39	26	1	20-31 tahun	1	Laki-laki	2	PegawaiSwasta
40	32	2	32-43 tahun	1	Laki-laki	3	Wiraswasta
41	27	1	20-31 tahun	1	Laki-laki	3	Wiraswasta
42	48	3	44-55 tahun	1	Laki-laki	2	PegawaiSwasta
43	53	3	44-55 tahun	2	Perempuan	1	PNS
44	54	3	44-55 tahun	1	Laki-laki	4	Mahasiswa
45	41	2	32-43 tahun	1	Laki-laki	2	PegawaiSwasta
46	40	2	32-43 tahun	2	Perempuan	3	Wiraswasta
47	30	1	20-31 tahun	1	Laki-laki	3	Wiraswasta
48	37	2	32-43 tahun	1	Laki-laki	4	Mahasiswa
49	45	3	44-55 tahun	1	Laki-laki	3	Wiraswasta
50	55	3	44-55 tahun	1	Laki-laki	3	Wiraswasta
51	27	1	20-31 tahun	2	Perempuan	4	Mahasiswa
52	20	1	20-31 tahun	1	Laki-laki	3	Wiraswasta
53	35	2	32-43 tahun	1	Laki-laki	2	PegawaiSwasta
54	29	1	20-31 tahun	1	Laki-laki	2	PegawaiSwasta
55	40	2	32-43 tahun	1	Laki-laki	4	Mahasiswa
56	35	2	32-43 tahun	1	Laki-laki	3	Wiraswasta
57	26	1	20-31 tahun	1	Laki-laki	3	Wiraswasta
58	34	2	32-43 tahun	2	Perempuan	2	PegawaiSwasta
59	21	1	20-31 tahun	1	Laki-laki	4	Mahasiswa
60	40	2	32-43 tahun	1	Laki-laki	3	Wiraswasta
61	47	3	44-55 tahun	1	Laki-laki	2	PegawaiSwasta
62	28	1	20-31 tahun	1	Laki-laki	2	PegawaiSwasta
63	30	1	20-31 tahun	1	Laki-laki	2	PegawaiSwasta
64	41	2	32-43 tahun	1	Laki-laki	2	PegawaiSwasta
65	32	2	32-43 tahun	1	Laki-laki	3	Wiraswasta
66	27	1	20-31 tahun	1	Laki-laki	3	Wiraswasta
67	33	2	32-43 tahun	2	Perempuan	2	PegawaiSwasta
68	30	1	20-31 tahun	1	Laki-laki	2	PegawaiSwasta
69	55	3	44-55 tahun	1	Laki-laki	2	PegawaiSwasta
70	27	1	20-31 tahun	1	Laki-laki	2	PegawaiSwasta
71	20	1	20-31 tahun	1	Laki-laki	3	Wiraswasta
72	35	2	32-43 tahun	2	Perempuan	2	PegawaiSwasta
73	29	1	20-31 tahun	1	Laki-laki	3	Wiraswasta
74	40	2	32-43 tahun	1	Laki-laki	2	PegawaiSwasta
75	35	2	32-43 tahun	1	Laki-laki	2	PegawaiSwasta
76	26	1	20-31 tahun	1	Laki-laki	2	PegawaiSwasta
77	34	2	32-43 tahun	2	Perempuan	3	Wiraswasta
78	21	1	20-31 tahun	1	Laki-laki	3	Wiraswasta
79	40	2	32-43 tahun	1	Laki-laki	3	Wiraswasta

Tabel Lanjutan : Karakteristik Responden

80	47	3	44-55 tahun	1	Laki-laki	2	PegawaiSwasta
81	40	2	32-43 tahun	1	Laki-laki	4	Mahasiswa
82	33	2	32-43 tahun	2	Perempuan	4	Mahasiswa
83	26	1	20-31 tahun	1	Laki-laki	4	Mahasiswa
84	40	2	32-43 tahun	1	Laki-laki	3	Wiraswasta
85	39	2	32-43 tahun	1	Laki-laki	4	Mahasiswa
86	34	2	32-43 tahun	1	Laki-laki	4	Mahasiswa
87	26	1	20-31 tahun	1	Laki-laki	4	Mahasiswa
88	43	2	32-43 tahun	2	Perempuan	3	Wiraswasta
89	44	3	44-55 tahun	1	Laki-laki	2	PegawaiSwasta
90	50	3	44-55 tahun	1	Laki-laki	3	Wiraswasta
91	41	2	32-43 tahun	1	Laki-laki	2	PegawaiSwasta
92	30	1	20-31 tahun	1	Laki-laki	2	PegawaiSwasta
93	28	1	20-31 tahun	2	Perempuan	2	PegawaiSwasta
94	40	2	32-43 tahun	1	Laki-laki	2	PegawaiSwasta
95	39	2	32-43 tahun	1	Laki-laki	3	Wiraswasta
96	27	1	20-31 tahun	2	Perempuan	2	PegawaiSwasta
97	41	2	32-43 tahun	1	Laki-laki	2	PegawaiSwasta
98	52	3	44-55 tahun	1	Laki-laki	2	PegawaiSwasta
99	32	2	32-43 tahun	1	Laki-laki	2	PegawaiSwasta
100	33	2	32-43 tahun	1	Laki-laki	2	PegawaiSwasta
101	41	2	32-43 tahun	2	Perempuan	1	PNS
102	44	3	44-55 tahun	1	Laki-laki	2	PegawaiSwasta
103	26	1	20-31 tahun	2	Perempuan	2	PegawaiSwasta
104	48	3	44-55 tahun	1	Laki-laki	3	Wiraswasta
105	25	1	20-31 tahun	1	Laki-laki	2	PegawaiSwasta
106	24	1	20-31 tahun	1	Laki-laki	2	PegawaiSwasta
107	26	1	20-31 tahun	1	Laki-laki	3	Wiraswasta
108	48	3	44-55 tahun	2	Perempuan	3	Wiraswasta
109	26	1	20-31 tahun	1	Laki-laki	3	Wiraswasta
110	36	2	32-43 tahun	1	Laki-laki	2	PegawaiSwasta
111	40	2	32-43 tahun	1	Laki-laki	3	Wiraswasta
112	39	2	32-43 tahun	1	Laki-laki	2	PegawaiSwasta
113	34	2	32-43 tahun	2	Perempuan	2	PegawaiSwasta
114	26	1	20-31 tahun	1	Laki-laki	2	PegawaiSwasta
115	43	2	32-43 tahun	1	Laki-laki	3	Wiraswasta
116	44	3	44-55 tahun	1	Laki-laki	3	Wiraswasta
117	50	3	44-55 tahun	1	Laki-laki	2	PegawaiSwasta
118	41	2	32-43 tahun	2	Perempuan	2	PegawaiSwasta
119	30	1	20-31 tahun	1	Laki-laki	2	PegawaiSwasta
120	28	1	20-31 tahun	1	Laki-laki	3	Wiraswasta

Tabel Lanjutan : Karakteristik Responden

121	40	2	32-43 tahun	2	Perempuan	2	PegawaiSwasta
122	39	2	32-43 tahun	1	Laki-laki	3	Wiraswasta
123	27	1	20-31 tahun	1	Laki-laki	1	PNS
124	30	1	20-31 tahun	1	Laki-laki	2	PegawaiSwasta
125	46	3	44-55 tahun	1	Laki-laki	3	Wiraswasta
126	40	2	32-43 tahun	2	Perempuan	3	Wiraswasta
127	33	2	32-43 tahun	1	Laki-laki	2	PegawaiSwasta
128	41	2	32-43 tahun	1	Laki-laki	3	Wiraswasta
129	29	1	20-31 tahun	1	Laki-laki	3	Wiraswasta
130	35	2	32-43 tahun	1	Laki-laki	4	Mahasiswa



Lampiran 3

Tabel : TABULASI DATA

No	BuktiFisik				Keandalan				DayaTanggap				Jaminan				Jaminan				Kepuasan				
	1	2	Σ	Z-Skor	3	4	Σ	Z-Skor	5	6	Σ	Z-Skor	7	8	Σ	Z-Skor	1	2	Σ	Z-Skor	1	2	3	Σ	Z-Skor
1	3	5	8	0.82	4	4	8	0.657	3	4	7	-0.69	3	5	8	0.3177	3	5	8	0.6252	3	4	5	12	0.471
2	4	4	8	0.82	4	5	9	1.991	4	3	7	-0.69	4	4	8	0.3177	4	3	7	-0.625	4	5	4	13	1.443
3	3	4	7	-0.48	5	4	9	1.991	4	5	9	1.876	5	4	9	1.4648	5	4	9	1.8757	5	5	4	14	2.416
4	4	4	8	0.82	4	3	7	-0.68	4	4	8	0.592	4	4	8	0.3177	4	4	8	0.6252	4	4	4	12	0.471
5	4	5	9	2.121	4	4	8	0.657	4	3	7	-0.69	4	5	9	1.4648	4	5	9	1.8757	4	4	4	12	0.471
6	4	4	8	0.82	4	4	8	0.657	3	4	7	-0.69	4	5	9	1.4648	3	4	7	-0.625	4	3	4	11	-0.501
7	4	4	8	0.82	3	4	7	-0.68	3	4	7	-0.69	4	5	9	1.4648	4	4	8	0.6252	4	3	5	12	0.471
8	4	4	8	0.82	4	4	8	0.657	4	4	8	0.592	4	5	9	1.4648	4	4	8	0.6252	4	5	4	13	1.443
9	5	4	9	2.121	5	4	9	1.991	5	5	10	3.159	5	4	9	1.4648	5	4	9	1.8757	5	4	4	13	1.443
10	4	5	9	2.121	4	3	7	-0.68	4	4	8	0.592	4	5	9	1.4648	4	3	7	-0.625	4	4	3	11	-0.501
11	3	3	6	-1.781	4	3	7	-0.68	4	3	7	-0.69	4	4	8	0.3177	4	3	7	-0.625	4	4	3	11	-0.501
12	3	3	6	-1.781	4	4	8	0.657	3	4	7	-0.69	3	5	8	0.3177	3	4	7	-0.625	3	3	4	10	-1.473
13	3	4	7	-0.48	3	3	6	-2.01	3	4	7	-0.69	3	4	7	-0.829	3	4	7	-0.625	3	4	4	11	-0.501
14	4	4	8	0.82	4	3	7	-0.68	4	3	7	-0.69	4	4	8	0.3177	4	4	8	0.6252	4	3	4	11	-0.501
15	4	4	8	0.82	4	3	7	-0.68	4	3	7	-0.69	4	3	7	-0.829	4	4	8	0.6252	4	4	4	12	0.471
16	4	3	7	-0.48	4	4	8	0.657	4	3	7	-0.69	4	3	7	-0.829	4	3	7	-0.625	4	4	3	11	-0.501
17	4	3	7	-0.48	4	5	9	1.991	4	4	8	0.592	4	4	8	0.3177	4	4	8	0.6252	4	4	4	12	0.471
18	3	3	6	-1.781	3	4	7	-0.68	3	4	7	-0.69	3	4	7	-0.829	3	3	6	-1.876	3	4	3	10	-1.473
19	3	3	6	-1.781	4	4	8	0.657	4	4	8	0.592	4	4	8	0.3177	4	4	8	0.6252	4	4	4	12	0.471
20	4	3	7	-0.48	4	3	7	-0.68	3	4	7	-0.69	3	4	7	-0.829	3	4	7	-0.625	3	3	4	10	-1.473
21	4	4	8	0.82	4	3	7	-0.68	4	4	8	0.592	4	3	7	-0.829	4	4	8	0.6252	4	4	4	12	0.471
22	4	3	7	-0.48	4	4	8	0.657	3	4	7	-0.69	4	4	8	0.3177	4	3	7	-0.625	4	3	4	11	-0.501

Tabel Lanjutan : Tabulasi Data

23	4	4	8	0.82	5	4	9	1.991	4	4	8	0.592	4	3	7	-0.829	4	4	8	0.6252	4	5	4	13	1.443
24	4	5	9	2.121	4	4	8	0.657	4	4	8	0.592	4	4	8	0.3177	4	4	8	0.6252	4	4	5	13	1.443
25	4	4	8	0.82	4	4	8	0.657	4	3	7	-0.69	4	4	8	0.3177	3	4	7	-0.625	4	4	4	12	0.471
26	4	4	8	0.82	3	4	7	-0.68	4	3	7	-0.69	4	4	8	0.3177	4	4	8	0.6252	5	4	4	13	1.443
27	3	4	7	-0.48	4	5	9	1.991	4	4	8	0.592	4	4	8	0.3177	4	5	9	1.8757	4	4	5	13	1.443
28	4	4	8	0.82	4	3	7	-0.68	3	4	7	-0.69	3	4	7	-0.829	4	3	7	-0.625	4	4	3	11	-0.501
29	3	4	7	-0.48	3	4	7	-0.68	3	4	7	-0.69	3	3	6	-1.977	3	3	6	-1.876	3	3	4	10	-1.473
30	3	5	8	0.82	3	4	7	-0.68	3	4	7	-0.69	3	4	7	-0.829	3	4	7	-0.625	3	5	4	12	0.471
31	4	4	8	0.82	4	4	8	0.657	4	3	7	-0.69	4	3	7	-0.829	4	4	8	0.6252	4	4	4	12	0.471
32	4	4	8	0.82	4	4	8	0.657	4	4	8	0.592	4	5	9	1.4648	4	5	9	1.8757	4	4	5	13	1.443
33	4	3	7	-0.48	4	4	8	0.657	4	3	7	-0.69	4	4	8	0.3177	4	3	7	-0.625	4	4	3	11	-0.501
34	4	3	7	-0.48	4	3	7	-0.68	4	4	8	0.592	4	3	7	-0.829	4	3	7	-0.625	4	3	4	11	-0.501
35	3	4	7	-0.48	3	4	7	-0.68	3	4	7	-0.69	3	3	6	-1.977	3	3	6	-1.876	3	4	3	10	-1.473
36	3	4	7	-0.48	4	3	7	-0.68	4	3	7	-0.69	4	4	8	0.3177	4	3	7	-0.625	4	4	4	12	0.471
37	3	4	7	-0.48	3	4	7	-0.68	3	5	8	0.592	3	4	7	-0.829	3	4	7	-0.625	3	4	4	11	-0.501
38	4	4	8	0.82	4	4	8	0.657	4	4	8	0.592	4	5	9	1.4648	4	4	8	0.6252	4	4	4	12	0.471
39	3	3	6	-1.781	4	3	7	-0.68	4	4	8	0.592	4	5	9	1.4648	4	4	8	0.6252	4	3	4	11	-0.501
40	4	4	8	0.82	5	4	9	1.991	4	4	8	0.592	4	4	8	0.3177	4	4	8	0.6252	5	4	4	13	1.443
41	4	3	7	-0.48	4	3	7	-0.68	4	4	8	0.592	4	4	8	0.3177	4	4	8	0.6252	4	3	4	11	-0.501
42	4	4	8	0.82	4	3	7	-0.68	4	4	8	0.592	4	4	8	0.3177	5	4	9	1.8757	4	4	5	13	1.443
43	4	3	7	-0.48	4	3	7	-0.68	4	5	9	1.876	4	3	7	-0.829	4	4	8	0.6252	4	4	4	12	0.471
44	5	4	9	2.121	5	4	9	1.991	5	4	9	1.876	5	4	9	1.4648	5	4	9	1.8757	5	4	4	13	1.443
45	4	5	9	2.121	4	5	9	1.991	4	4	8	0.592	4	4	8	0.3177	4	5	9	1.8757	4	5	3	12	0.471
46	4	4	8	0.82	4	4	8	0.657	4	3	7	-0.69	4	4	8	0.3177	4	4	8	0.6252	4	4	3	11	-0.501
47	3	4	7	-0.48	3	4	7	-0.68	3	3	6	-1.97	3	4	7	-0.829	3	3	6	-1.876	3	4	4	11	-0.501

Tabel Lanjutan : Tabulasi Data

48	3	4	7	-0.48	3	4	7	-0.68	3	4	7	-0.69	3	3	6	-1.977	3	4	7	-0.625	3	4	4	11	-0.501
49	4	3	7	-0.48	4	4	8	0.657	4	3	7	-0.69	4	4	8	0.3177	4	5	9	1.8757	4	4	5	13	1.443
50	4	4	8	0.82	4	4	8	0.657	4	5	9	1.876	4	5	9	1.4648	4	4	8	0.6252	5	4	4	13	1.443
51	4	3	7	-0.48	4	3	7	-0.68	4	4	8	0.592	4	4	8	0.3177	3	4	7	-0.625	4	5	4	13	1.443
52	4	3	7	-0.48	4	4	8	0.657	4	3	7	-0.69	4	4	8	0.3177	4	4	8	0.6252	4	4	4	12	0.471
53	3	4	7	-0.48	3	4	7	-0.68	3	4	7	-0.69	3	4	7	-0.829	3	3	6	-1.876	3	4	3	10	-1.473
54	4	3	7	-0.48	4	3	7	-0.68	4	3	7	-0.69	4	5	9	1.4648	4	3	7	-0.625	4	3	4	11	-0.501
55	3	3	6	-1.781	4	3	7	-0.68	3	4	7	-0.69	3	4	7	-0.829	3	4	7	-0.625	4	3	4	11	-0.501
56	4	4	8	0.82	3	4	7	-0.68	4	3	7	-0.69	4	4	8	0.3177	3	4	7	-0.625	4	4	4	12	0.471
57	4	3	7	-0.48	4	4	8	0.657	4	4	8	0.592	3	4	7	-0.829	4	4	8	0.6252	4	3	4	11	-0.501
58	4	4	8	0.82	3	4	7	-0.68	3	4	7	-0.69	4	4	8	0.3177	3	3	6	-1.876	4	4	4	12	0.471
59	4	4	8	0.82	4	4	8	0.657	4	3	7	-0.69	4	4	8	0.3177	4	3	7	-0.625	4	4	3	11	-0.501
60	3	3	6	-1.781	4	3	7	-0.68	3	4	7	-0.69	3	4	7	-0.829	3	4	7	-0.625	3	4	4	11	-0.501
61	4	4	8	0.82	3	4	7	-0.68	4	3	7	-0.69	4	4	8	0.3177	4	3	7	-0.625	4	3	4	11	-0.501
62	3	3	6	-1.781	4	3	7	-0.68	3	3	6	-1.97	3	4	7	-0.829	3	4	7	-0.625	4	3	4	11	-0.501
63	4	4	8	0.82	3	4	7	-0.68	4	4	8	0.592	5	5	10	2.6119	4	5	9	1.8757	4	4	4	12	0.471
64	3	4	7	-0.48	4	5	9	1.991	4	4	8	0.592	5	4	9	1.4648	4	4	8	0.6252	4	5	4	13	1.443
65	4	4	8	0.82	4	3	7	-0.68	4	4	8	0.592	4	3	7	-0.829	4	3	7	-0.625	4	4	3	11	-0.501
66	3	4	7	-0.48	4	3	7	-0.68	4	4	8	0.592	4	3	7	-0.829	4	3	7	-0.625	4	4	3	11	-0.501
67	3	3	6	-1.781	4	3	7	-0.68	4	4	8	0.592	3	4	7	-0.829	3	4	7	-0.625	3	3	4	10	-1.473
68	3	4	7	-0.48	3	3	6	-2.01	3	4	7	-0.69	3	4	7	-0.829	3	4	7	-0.625	3	4	4	11	-0.501
69	3	3	6	-1.781	4	3	7	-0.68	4	3	7	-0.69	3	4	7	-0.829	3	4	7	-0.625	3	3	4	10	-1.473
70	4	3	7	-0.48	4	4	8	0.657	3	4	7	-0.69	4	4	8	0.3177	4	4	8	0.6252	4	4	4	12	0.471
71	4	3	7	-0.48	4	3	7	-0.68	3	4	7	-0.69	4	3	7	-0.829	3	4	7	-0.625	3	3	4	10	-1.473
72	4	4	8	0.82	4	4	8	0.657	5	4	9	1.876	5	4	9	1.4648	4	4	8	0.6252	4	5	4	13	1.443

Tabel Lanjutan : Tabulasi Data

73	4	3	7	-0.48	4	3	7	-0.68	4	3	7	-0.69	4	4	8	0.3177	4	3	7	-0.625	4	3	3	10	-1.473
74	3	3	6	-1.781	4	3	7	-0.68	4	3	7	-0.69	4	3	7	-0.829	4	4	8	0.6252	4	3	4	11	-0.501
75	4	4	8	0.82	4	4	8	0.657	4	4	8	0.592	4	4	8	0.3177	4	3	7	-0.625	4	4	3	11	-0.501
76	4	3	7	-0.48	4	5	9	1.991	4	5	9	1.876	4	3	7	-0.829	4	5	9	1.8757	4	3	4	11	-0.501
77	5	4	9	2.121	5	4	9	1.991	5	4	9	1.876	4	4	8	0.3177	5	3	8	0.6252	5	4	5	14	2.416
78	4	3	7	-0.48	4	4	8	0.657	4	4	8	0.592	4	3	7	-0.829	4	3	7	-0.625	4	3	4	11	-0.501
79	4	4	8	0.82	4	4	8	0.657	4	4	8	0.592	5	4	9	1.4648	4	4	8	0.6252	4	4	5	13	1.443
80	3	4	7	-0.48	3	4	7	-0.68	4	4	8	0.592	4	4	8	0.3177	4	3	7	-0.625	3	5	4	12	0.471
81	3	4	7	-0.48	3	4	7	-0.68	3	4	7	-0.69	3	5	8	0.3177	3	4	7	-0.625	3	4	4	11	-0.501
82	4	3	7	-0.48	4	4	8	0.657	4	4	8	0.592	4	3	7	-0.829	4	3	7	-0.625	4	4	4	12	0.471
83	4	4	8	0.82	5	4	9	1.991	4	3	7	-0.69	4	5	9	1.4648	4	4	8	0.6252	4	4	5	13	1.443
84	4	4	8	0.82	3	4	7	-0.68	4	4	8	0.592	5	4	9	1.4648	4	5	9	1.8757	4	4	4	12	0.471
85	4	3	7	-0.48	4	3	7	-0.68	4	3	7	-0.69	4	3	7	-0.829	4	4	8	0.6252	4	3	4	11	-0.501
86	3	3	6	-1.781	3	3	6	-2.01	3	4	7	-0.69	3	4	7	-0.829	3	4	7	-0.625	3	4	3	10	-1.473
87	4	4	8	0.82	4	4	8	0.657	5	4	9	1.876	5	5	10	2.6119	4	4	8	0.6252	4	4	4	12	0.471
88	3	4	7	-0.48	3	4	7	-0.68	3	4	7	-0.69	3	4	7	-0.829	3	4	7	-0.625	3	4	4	11	-0.501
89	4	4	8	0.82	4	4	8	0.657	4	4	8	0.592	4	5	9	1.4648	4	3	7	-0.625	4	4	4	12	0.471
90	4	4	8	0.82	4	4	8	0.657	5	4	9	1.876	4	4	8	0.3177	4	5	9	1.8757	5	4	4	13	1.443
91	4	3	7	-0.48	4	3	7	-0.68	4	3	7	-0.69	4	4	8	0.3177	3	4	7	-0.625	4	3	4	11	-0.501
92	4	4	8	0.82	4	4	8	0.657	4	4	8	0.592	4	4	8	0.3177	4	4	8	0.6252	4	4	4	12	0.471
93	4	3	7	-0.48	4	3	7	-0.68	4	3	7	-0.69	4	4	8	0.3177	4	3	7	-0.625	4	3	5	12	0.471
94	4	4	8	0.82	4	4	8	0.657	4	4	8	0.592	4	3	7	-0.829	4	4	8	0.6252	4	4	4	12	0.471
95	5	4	9	2.121	5	4	9	1.991	5	4	9	1.876	5	4	9	1.4648	5	3	8	0.6252	5	4	4	13	1.443
96	4	4	8	0.82	4	4	8	0.657	3	4	7	-0.69	4	4	8	0.3177	4	4	8	0.6252	4	4	3	11	-0.501
97	4	3	7	-0.48	4	5	9	1.991	4	4	8	0.592	4	4	8	0.3177	4	3	7	-0.625	4	4	5	13	1.443

Tabel Lanjutan : Tabulasi Data

98	3	4	7	-0.48	3	4	7	-0.68	3	3	6	-1.97	3	4	7	-0.829	3	4	7	-0.625	3	3	4	10	-1.473
99	3	3	6	-1.781	4	3	7	-0.68	4	4	8	0.592	3	4	7	-0.829	3	4	7	-0.625	3	4	4	11	-0.501
100	4	3	7	-0.48	4	3	7	-0.68	4	4	8	0.592	4	3	7	-0.829	4	4	8	0.6252	4	3	4	11	-0.501
101	4	4	8	0.82	3	4	7	-0.68	4	5	9	1.876	4	3	7	-0.829	4	4	8	0.6252	4	4	4	12	0.471
102	4	3	7	-0.48	4	3	7	-0.68	4	4	8	0.592	4	3	7	-0.829	4	4	8	0.6252	4	3	3	10	-1.473
103	4	4	8	0.82	3	4	7	-0.68	4	4	8	0.592	4	4	8	0.3177	4	3	7	-0.625	4	4	4	12	0.471
104	3	4	7	-0.48	4	3	7	-0.68	4	3	7	-0.69	4	4	8	0.3177	3	3	6	-1.876	3	3	4	10	-1.473
105	4	4	8	0.82	4	4	8	0.657	4	4	8	0.592	5	5	10	2.6119	5	4	9	1.8757	4	5	4	13	1.443
106	3	4	7	-0.48	3	4	7	-0.68	3	4	7	-0.69	3	4	7	-0.829	3	3	6	-1.876	3	4	4	11	-0.501
107	4	4	8	0.82	4	4	8	0.657	4	5	9	1.876	4	5	9	1.4648	4	4	8	0.6252	4	4	4	12	0.471
108	4	3	7	-0.48	4	3	7	-0.68	4	4	8	0.592	4	4	8	0.3177	4	3	7	-0.625	4	3	3	10	-1.473
109	4	3	7	-0.48	4	3	7	-0.68	3	4	7	-0.69	4	4	8	0.3177	4	4	8	0.6252	4	3	3	10	-1.473
110	3	3	6	-1.781	3	4	7	-0.68	3	3	6	-1.97	4	3	7	-0.829	3	4	7	-0.625	3	3	4	10	-1.473
111	4	4	8	0.82	3	4	7	-0.68	3	4	7	-0.69	4	4	8	0.3177	4	4	8	0.6252	4	4	3	11	-0.501
112	4	3	7	-0.48	4	3	7	-0.68	4	3	7	-0.69	4	4	8	0.3177	4	3	7	-0.625	4	3	4	11	-0.501
113	4	4	8	0.82	3	4	7	-0.68	3	4	7	-0.69	4	4	8	0.3177	4	4	8	0.6252	4	4	4	12	0.471
114	4	3	7	-0.48	4	3	7	-0.68	4	4	8	0.592	4	4	8	0.3177	4	4	8	0.6252	4	3	4	11	-0.501
115	4	4	8	0.82	5	4	9	1.991	4	4	8	0.592	3	4	7	-0.829	4	3	7	-0.625	4	4	5	13	1.443
116	3	4	7	-0.48	3	4	7	-0.68	3	4	7	-0.69	3	3	6	-1.977	3	4	7	-0.625	3	4	4	11	-0.501
117	3	3	6	-1.781	3	4	7	-0.68	4	3	7	-0.69	3	4	7	-0.829	3	3	6	-1.876	4	3	4	11	-0.501
118	3	4	7	-0.48	3	4	7	-0.68	3	3	6	-1.97	3	4	7	-0.829	3	3	6	-1.876	3	4	4	11	-0.501
119	4	3	7	-0.48	4	3	7	-0.68	4	4	8	0.592	4	3	7	-0.829	4	4	8	0.6252	4	3	4	11	-0.501
120	3	4	7	-0.48	3	4	7	-0.68	3	4	7	-0.69	3	3	6	-1.977	3	4	7	-0.625	3	4	3	10	-1.473
121	4	4	8	0.82	4	4	8	0.657	4	5	9	1.876	4	4	8	0.3177	4	4	8	0.6252	4	4	5	13	1.443
122	3	4	7	-0.48	3	4	7	-0.68	3	4	7	-0.69	3	4	7	-0.829	3	4	7	-0.625	3	4	4	11	-0.501

Tabel Lanjutan : Tabulasi Data

123	4	3	7	-0.48	4	3	7	-0.68	4	3	7	-0.69	4	3	7	-0.829	4	3	7	-0.625	4	3	4	11	-0.501
124	3	4	7	-0.48	4	3	7	-0.68	3	4	7	-0.69	3	3	6	-1.977	4	3	7	-0.625	3	3	4	10	-1.473
125	4	3	7	-0.48	4	3	7	-0.68	4	4	8	0.592	4	3	7	-0.829	4	3	7	-0.625	4	3	4	11	-0.501
126	3	4	7	-0.48	3	4	7	-0.68	3	3	6	-1.97	3	4	7	-0.829	3	4	7	-0.625	3	4	3	10	-1.473
127	4	3	7	-0.48	4	3	7	-0.68	4	3	7	-0.69	4	3	7	-0.829	4	3	7	-0.625	4	3	4	11	-0.501
128	3	4	7	-0.48	3	4	7	-0.68	3	4	7	-0.69	3	4	7	-0.829	3	4	7	-0.625	3	4	3	10	-1.473
129	4	3	7	-0.48	4	3	7	-0.68	4	3	7	-0.69	4	3	7	-0.829	3	4	7	-0.625	4	3	4	11	-0.501
130	4	4	8	0.82	4	5	9	1.991	4	5	9	1.876	4	4	8	0.3177	4	5	9	1.8757	5	4	4	13	1.443

Tabel Deskripsi Responden

Umur Responden					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-31 Tahun	51	39.2	39.2	39.2
	32-43 tahun	56	43.1	43.1	82.3
	44-55 tahun	23	17.7	17.7	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

JenisKelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	105	80.8	80.8	80.8
	Perempuan	25	19.2	19.2	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

Pekerjaan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PNS	8	6.2	6.2	6.2
	PegawaiSwasta	55	42.3	42.3	48.5
	Wiraswasta	47	36.2	36.2	84.6
	Mahasiswa	20	15.4	15.4	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

Uji Instrumen
Uji Validitas

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item 1	45.45	12.529	.547	.754
Item 2	45.48	13.430	.263	.780
Item 3	45.35	12.820	.435	.764
Item 4	45.45	13.148	.322	.775
Item 5	45.41	12.336	.571	.751
Item 6	45.36	13.550	.230	.783
Item 7	45.34	11.978	.644	.743
Item 8	45.25	13.443	.223	.786
Item 9	45.42	12.028	.654	.743
Item 10	45.39	13.465	.232	.784
Item 11	45.33	12.006	.662	.742
Item 12	45.38	12.998	.348	.773
Item 13	45.23	13.528	.256	.780

Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.781	13

Uji Asumsi Klasik
Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		130
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.62206856
Most Extreme Differences	Absolute	.085
	Positive	.053
	Negative	-.085
Kolmogorov-Smirnov Z		.967
Asymp. Sig. (2-tailed)		.307
a. Test distribution is Normal.		

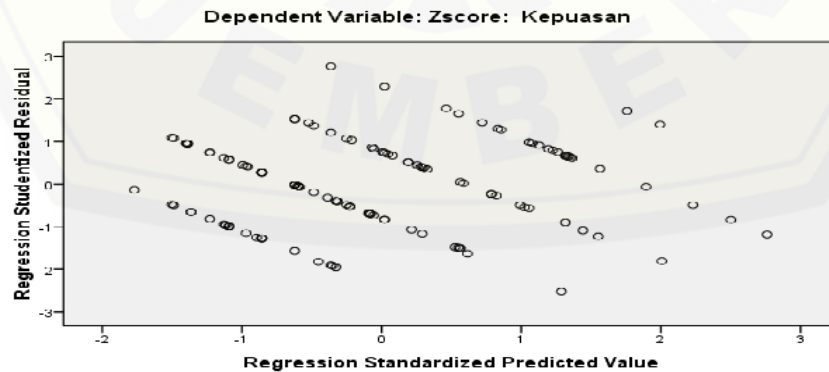
Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Zscore: BuktiFisik	.668	1.496
	Zscore: Kehandalan	.646	1.548
	Zscore: DayaTanggap	.616	1.623
	Zscore: Jaminan	.646	1.548
	Zscore: Empati	.547	1.830

a. Dependent Variable: Zscore: Kepuasan

Uji Heterokedastisitas

Scatterplot



Uji Regresi Berganda

Variables Entered/Removed ^b			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Zscore: Empati, Zscore: BuktiFisik, Zscore: Kehandalan, Zscore: Jaminan, Zscore: DayaTanggap ^a		Enter
a. All requested variables entered.			
b. Dependent Variable: Zscore: Kepuasan			

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.783 ^a	.613	.597	.63448632

- a. Predictors: (Constant), Zscore: Empati, Zscore: BuktiFisik, Zscore: Kehandalan, Zscore: Jaminan, Zscore: DayaTanggap
 b. Dependent Variable: Zscore: Kepuasan

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	79.081	5	15.816	39.288	.000 ^a
	Residual	49.919	124	.403		
	Total	129.000	129			

- a. Predictors: (Constant), Zscore: Empati, Zscore: BuktiFisik, Zscore: Kehandalan, Zscore: Jaminan, Zscore: DayaTanggap
 b. Dependent Variable: Zscore: Kepuasan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.696E-15	.056		.000	1.000
	Zscore: BuktiFisik	.224	.068	.224	3.275	.001
	Zscore: Kehandalan	.318	.070	.318	4.572	.000
	Zscore: DayaTanggap	.158	.071	.158	2.221	.028
	Zscore: Jaminan	.161	.070	.161	2.310	.023
	Zscore: Empati	.170	.076	.170	2.251	.026

- a. Dependent Variable : Zscore: Kepuasan

Tabel R

df=(N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
101	0.1630	0.1937	0.2290	0.2528	0.3196
102	0.1622	0.1927	0.2279	0.2515	0.3181
103	0.1614	0.1918	0.2268	0.2504	0.3166
104	0.1606	0.1909	0.2257	0.2492	0.3152
105	0.1599	0.1900	0.2247	0.2480	0.3137
106	0.1591	0.1891	0.2236	0.2469	0.3123
107	0.1584	0.1882	0.2226	0.2458	0.3109
108	0.1576	0.1874	0.2216	0.2446	0.3095
109	0.1569	0.1865	0.2206	0.2436	0.3082
110	0.1562	0.1857	0.2196	0.2425	0.3068
111	0.1555	0.1848	0.2186	0.2414	0.3055
112	0.1548	0.1840	0.2177	0.2403	0.3042
113	0.1541	0.1832	0.2167	0.2393	0.3029
114	0.1535	0.1824	0.2158	0.2383	0.3016
115	0.1528	0.1816	0.2149	0.2373	0.3004
116	0.1522	0.1809	0.2139	0.2363	0.2991
117	0.1515	0.1801	0.2131	0.2353	0.2979
118	0.1509	0.1793	0.2122	0.2343	0.2967
119	0.1502	0.1786	0.2113	0.2333	0.2955
120	0.1496	0.1779	0.2104	0.2324	0.2943
121	0.1490	0.1771	0.2096	0.2315	0.2931
122	0.1484	0.1764	0.2087	0.2305	0.2920
123	0.1478	0.1757	0.2079	0.2296	0.2908
124	0.1472	0.1750	0.2071	0.2287	0.2897
125	0.1466	0.1743	0.2062	0.2278	0.2886
126	0.1460	0.1736	0.2054	0.2269	0.2875
127	0.1455	0.1729	0.2046	0.2260	0.2864
128	0.1449	0.172	0.2039	0.2252	0.2853
129	0.1443	0.1716	0.2031	0.2243	0.2843
130	0.1438	0.1710	0.2023	0.2235	0.2832
131	0.1432	0.1703	0.2015	0.2226	0.2822
132	0.1427	0.1697	0.2008	0.2218	0.2811
133	0.1422	0.1690	0.2001	0.2210	0.2801
134	0.1416	0.1684	0.1993	0.2202	0.2791
135	0.1411	0.1678	0.1986	0.2194	0.2781
136	0.1406	0.1672	0.1979	0.2186	0.2771

Tabel t

df	Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002	
121	0.67652	1.28859	1.65754	1.97976	2.35756	2.61707	3.15895	
122	0.67651	1.28853	1.65744	1.97960	2.35730	2.61673	3.15838	
123	0.67649	1.28847	1.65734	1.97944	2.35705	2.61639	3.15781	
124	0.67647	1.28842	1.65723	1.97928	2.35680	2.61606	3.15726	
125	0.67646	1.28836	1.65714	1.97912	2.35655	2.61573	3.15671	
126	0.67644	1.28831	1.65704	1.97897	2.35631	2.61541	3.15617	
127	0.67643	1.28825	1.65694	1.97882	2.35607	2.61510	3.15565	
128	0.67641	1.28820	1.65685	1.97867	2.35583	2.61478	3.15512	
129	0.67640	1.28815	1.65675	1.97852	2.35560	2.61448	3.15461	
130	0.67638	1.28810	1.65666	1.97838	2.35537	2.61418	3.15411	
131	0.67637	1.28805	1.65657	1.97824	2.35515	2.61388	3.15361	
132	0.67635	1.28800	1.65648	1.97810	2.35493	2.61359	3.15312	
133	0.67634	1.28795	1.65639	1.97796	2.35471	2.61330	3.15264	
134	0.67633	1.28790	1.65630	1.97783	2.35450	2.61302	3.15217	
135	0.67631	1.28785	1.65622	1.97769	2.35429	2.61274	3.15170	
136	0.67630	1.28781	1.65613	1.97756	2.35408	2.61246	3.15124	
137	0.67628	1.28776	1.65605	1.97743	2.35387	2.61219	3.15079	
138	0.67627	1.28772	1.65597	1.97730	2.35367	2.61193	3.15034	
139	0.67626	1.28767	1.65589	1.97718	2.35347	2.61166	3.14990	
140	0.67625	1.28763	1.65581	1.97705	2.35328	2.61140	3.14947	
141	0.67623	1.28758	1.65573	1.97693	2.35309	2.61115	3.14904	
142	0.67622	1.28754	1.65566	1.97681	2.35289	2.61090	3.14862	
143	0.67621	1.28750	1.65558	1.97669	2.35271	2.61065	3.14820	
144	0.67620	1.28746	1.65550	1.97658	2.35252	2.61040	3.14779	
145	0.67619	1.28742	1.65543	1.97646	2.35234	2.61016	3.14739	
146	0.67617	1.28738	1.65536	1.97635	2.35216	2.60992	3.14699	
147	0.67616	1.28734	1.65529	1.97623	2.35198	2.60969	3.14660	
148	0.67615	1.28730	1.65521	1.97612	2.35181	2.60946	3.14621	
149	0.67614	1.28726	1.65514	1.97601	2.35163	2.60923	3.14583	
150	0.67613	1.28722	1.65508	1.97591	2.35146	2.60900	3.14545	
151	0.67612	1.28718	1.65501	1.97580	2.35130	2.60878	3.14508	
152	0.67611	1.28715	1.65494	1.97569	2.35113	2.60856	3.14471	
153	0.67610	1.28711	1.65487	1.97559	2.35097	2.60834	3.14435	
154	0.67609	1.28707	1.65481	1.97549	2.35081	2.60813	3.14400	
155	0.67608	1.28704	1.65474	1.97539	2.35065	2.60792	3.14364	
156	0.67607	1.28700	1.65468	1.97529	2.35049	2.60771	3.14330	
157	0.67606	1.28697	1.65462	1.97519	2.35033	2.60751	3.14295	
158	0.67605	1.28693	1.65455	1.97509	2.35018	2.60730	3.14261	
159	0.67604	1.28690	1.65449	1.97500	2.35003	2.60710	3.14228	
160	0.67603	1.28687	1.65443	1.97490	2.34988	2.60691	3.14195	

Tabel F

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)							
	1	2	3	4	5	6	7	8
100	3.94	3.09	2.7	2.46	2.31	2.19	2.1	2.03
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.3	2.19	2.1	2.03
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.3	2.19	2.1	2.03
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.3	2.19	2.1	2.03
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.3	2.19	2.1	2.03
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.3	2.19	2.1	2.03
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.3	2.19	2.1	2.03
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.3	2.18	2.1	2.03
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.3	2.18	2.1	2.03
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.3	2.18	2.09	2.02
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.3	2.18	2.09	2.02
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.3	2.18	2.09	2.02
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.3	2.18	2.09	2.02
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01



www.jne.co.id

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, Staff HRD PT. TIKI Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Jember

Menerangkan bahwa :

Nama : Ricky S Gultom
NIM : 100810201152
Jurusan : Manajemen
Perguruan Tinggi : Universitas Negeri Jember

Telah melaksanakan Research / Penelitian pada perusahaan tersebut mulai tanggal 02 November 2016 sampai dengan tanggal 03 Desember 2016 dengan judul skripsi "*Pengaruh dimensi kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan pada PT TIKI Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Jember*".

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 05 Februari 2017



Belia Farah A, S.H
HRD