

**PENGARUH KUALITAS LAYANANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN J&T EXPRESS DI YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

Nama : Nanda Dian Permata

NIM : 11140038

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2018

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN J&T EXPRESS DI YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

Nama : Nanda Dian Permata

NIM : 11140038

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2018

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN J&T EXPRESS DI YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Progam Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen

Disusun Oleh :

Nama : Nanda Dian Permata

NIM : 11140038

FAKULTAS BISNIS PROGAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2018

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
J&T EXPRESS DI YOGYAKARTA**

(Studi pada Masyarakat Yogyakarta dan sekitarnya)

Telah diajukan dan dipertahankan oleh

NANDA DIAN PERMATA

11140038

Dalam ujian skripsi program studi manajemen

Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana

Dan dinyatakan LULUS untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana
Manajemen Pada Tanggal 28 Juni 2018

Dosen Penguji Tanda Tangan

1. Lucia Nurbani Kartini, S.pd., MM :

(Ketua Tim)

2. Drs. Sisnuhadi, MBA, Ph.D

(Dosen Penguji)

3. Dra. Ambar Kusuma Astuti, M.si

(Dosen Pembimbing/Penguji)

Yogyakarta, 03 Juli 2018

Dekan Fakultas Bisnis



Dr. Singgih Santoso, MM

Ketua Program Studi Manajemen

Drs. Sisnuhadi, MBA Ph.D

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya Nanda Dian Permata, menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN J&T EXPRESS DI YOGYAKARTA** adalah hasil tulisan saya sendiri, Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya, salin, tiru, atau saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulisan aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh Universitas Kristen Duta Wacana batal saya terima.

Yogyakarta 7-Juni-2018

Yang menandatangani,



Nanda Dian Permata

(11140038)

HALAMAN MOTTO

“Tetapi carilah dahulu kerjaan Allah dan kebenarannya, maka semuanya itu akan ditambahkan kepadamu “ (Matius 6 : 34)

“Dalam meraih kesuksesan, kemauan anda untuk sukses harus lebih besar dari ketakutan anda akan kegagalan “ (Bill Cosby)

©UKDW

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya penulisan Ini Kupersembahkan untuk :

- *Kepada Yesus Kristus yang telah memberikan kesehatan dan kekuatan selama mengerjakan laporan ini dan memberkati setiap proses pengerjaan yang saya lakukan hingga dapat menyelesaikan penulisan ini dengan baik*
- *Kepada kedua orang tua saya Bapak Budi Susanta dan Mama Kartini tercinta yang selalu mendukung dan mendoakan saya*
- *Adik- adik saya tercinta Santika, Rizky dan Ragil yang selalu mendukung saya*
- *Semua Keluarga Saya Nenek Kurnia Miu dan Mbah Putri Tercinta*
- *Teman- teman seperjuangan Skripsi Manajemen dan Akuntansi angkatan 2014 UKDW di Yogyakarta*
- *Sahabat-sahabat yang selalu memberi semangat dan dukungan*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN J&T EXPRESS DI YOGYAKARTA”** yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan Program Sarjana Manajemen (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi. Pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan terima kasih kepada :

1. Kepada Yesus Kristus yang telah menyertai dan memberikan kesehatan kekuatan selama mengerjakan laporan ini serta memberkati setiap proses pengerjaan yang saya lakukan hingga dapat menyelesaikan penulisan ini dengan baik
2. Ibu Ambar Kusuma Astuti, Dra., Msi selaku Dosen Pembimbing Skripsi, Kerja Praktik dan Dosen Wali, Terima Kasih atas bimbingan dan arahan-Nya mulai proses Penyusunan Skripsi sehingga skripsi ini dapat tersusun dengan baik.

3. Kepada kedua orang tua saya Bapak Budi Susanta dan Mama Kartini tercinta yang selalu mendukung dan mendoakan saya setiap saat, Adik-adik saya tercinta Santika, Rizky dan Ragil, Semua Keluarga Saya Nenek Kurnia Miu dan Mbah Putri Tercinta
4. Seluruh Staf Pengajar Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis.
5. Seluruh responden yang telah rela meluangkan waktu untuk penulis, terima kasih atas kerja samanya.
6. Teman-teman seperjuangan Skripsi Manajemen dan Akuntansi angkatan 2014 UKDW di Yogyakarta
7. Sahabat-sahabat yang selalu memberi semangat dan dukungan

Penyusunan Penulisan Skripsi ini disusun dengan sebaik-baiknya, namun masih terdapat kekurangan didalam penyusunan Skripsi ini, oleh karena itu saran dan kritik yang sifatnya membangun dari semua pihak sangat diharapkan, tidak lupa harapan penulis semoga Hasil penelitian skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca serta dapat menambah ilmu pengetahuan bagi penulis.

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul.....	i
Halaman Pengajuan	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
Halaman Keaslian Skripsi	iv
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel.....	xiii
Daftar Gambar.....	xiv
Daftar Lampiran.....	xv
Abstraksi.....	xvi
Bab I Pendahuluan.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Batasan Penelitian.....	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	6

1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5.1 Secara Akademis.....	7
1.5.2 Secara Praktis.....	7
Bab II Tinjauan Pustaka	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	8
2.1.2 Kualitas Layanan.....	10
2.1.3 Kepuasan Konsumen.....	11
2.1.4 Teori Perilaku Konsumen.....	16
2.2 Penelitian Terdahulu.....	18
2.3 Hipotesis.....	19
2.4 Kerangka Pemikiran.....	20
Bab III Metode Penelitian.....	21
3.1 Populasi dan Sample.....	21
3.2 Teknik Pengambilan Sample.....	22
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	23
3.4 Definisi Pengukuran dan Pengukuran.....	23
3.4.1 Definisi Pengukuran.....	23
3.4.2 Definisi Operasional.....	24

3.5 Teknik Pengelolaan Data.....	26
3.5.1 Deskriptif Kualitatif.....	26
3.5.2 Analisis Kuantitatif.....	27
3.6 Teknik Analisis Data.....	27
3.6.1 Uji Reliabilitas dan Validitas.....	27
3.7 Alat Analisis Data.....	29
Bab IV Analisis Data dan Pembahasan.....	31
4.1 Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	31
4.1.1 Uji Validitas.....	31
4.1.2 Uji Realibilitas.....	33
4.2 Analisis Deskriptif.....	33
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	34
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	34
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	35
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	36
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	37
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan.....	38
4.2.7 Rangkuman Karakteristik Responden.....	39
4.3 Analisis Regresi Linier Berganda	40
4.3.1 Persamaan Regresi	41
4.3.2 Koefisien Determinasi (R).....	43

4.3.3 Uji F.....	44
4.3.4 Uji t.....	45
4.4 Pembahasan Hasil.....	48
Bab V Kesimpulan dan Saran.....	51
5.1 Kesimpulan.....	51
5.2 Saran.....	51
Daftar Pustaka.....	52
Lampiran-Lampiran.....	54

©UKYDWN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas.....	32
Tabel 4.2 Hasil Uji Realibilitas.....	33
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	34
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	35
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	36
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	37
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	38
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan.....	39
Tabel 4.9 Rangkuman Karakteristik Responden.....	40
Tabel 4.10 Analisis Regresi Linier Berganda.....	41
Tabel 4.11 Koefisien Determinasi (R^2).....	43
Tabel 4.12 Uji F.....	44
Tabel 4.13 Uji t.....	45

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Model Penelitian Empiris.....	20
--	----

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner.....	54
Lampiran 2 Uji Validitas dan Realibilitas.....	58
Lampiran 3 Karakteristik Responden.....	62
Lampiran 4 Regresi Linier Berganda.....	66
Lampiran 5 Bappeda.....	72
Lampiran 6 Revisi Judul Skripsi.....	81

©UKDW

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN J&T EXPRESS DI YOGYAKARTA

Oleh

Nama : Nanda Dian Permata

NIM : 11140038

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah dimensi dalam kualitas pelayanan yaitu bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan perhatian berpengaruh terhadap kepuasan konsumen J&T Express di Yogyakarta dan mengetahui faktor manakah yang paling berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variable (1) bukti fisik menunjukkan nilai = 0,484 dengan nilai signifikansi sebesar $0,57 > 0,05$. Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variable (2) kehandalan menunjukkan nilai 1.541 dengan nilai signifikansi sebesar $0,143 > 0,05$. Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variable (3) ketanggapan menunjukkan nilai 1.877 dengan nilai signifikansi sebesar $0,185 > 0,05$. Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variable (4) jaminan menunjukkan nilai 2.690 dengan nilai signifikansi sebesar $0,277 > 0,05$. Hasil pengujian untuk variable (5) perhatian atau kepedulian menunjukkan nilai 2.445 dengan nilai signifikansi sebesar $0,254 > 0,05$ dengan nilai signifikansi dibawah 0,05 menunjukkan bahwa variable perhatian mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci: kualitas layanan, bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan, kepedulian, kepuasan konsumen.

***INFLUENCE OF QUALITY TO CUSTOMER SATISFACTION J&T
EXPRESS IN YOGYAKARTA***

By

Name: Nanda Dian Permata

NIM: 11140038

ABSTRACT

This study aims to determine whether the dimensions of service quality that is tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy affects customer satisfaction of J&T Di Yogyakarta and analyze the most dominant factor in influencing customer satisfaction.

The test results obtained t value for (1) tangible variable shows the value = 0.484 with a significance value of $0.57 > 0.05$. Test results obtained t value for (2) reliability variables show the value 1.541 with a significance value of $0.143 > 0.05$. The test results obtained t value for the variable (3) responsiveness shows the value of 1.877 with a significance value of $0.185 > 0.05$ Test results obtained t value for the (4) assurance variable shows the value of 2.690 with a significance value of $0.277 > 0.05$. The test results for the (5) empathy variable shows the value of 2.445 with a significance value of $0.254 < 0.05$ with a significance value below 0.05 indicates that the empathy variable has a significant influence on customer satisfaction.

Keywords: service quality, tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy and consumer satisfaction.

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN J&T EXPRESS DI YOGYAKARTA

Oleh

Nama : Nanda Dian Permata

NIM : 11140038

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah dimensi dalam kualitas pelayanan yaitu bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan perhatian berpengaruh terhadap kepuasan konsumen J&T Express di Yogyakarta dan mengetahui faktor manakah yang paling berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variable (1) bukti fisik menunjukkan nilai = 0,484 dengan nilai signifikansi sebesar $0,57 > 0,05$. Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variable (2) kehandalan menunjukkan nilai 1.541 dengan nilai signifikansi sebesar $0,143 > 0,05$. Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variable (3) ketanggapan menunjukkan nilai 1.877 dengan nilai signifikansi sebesar $0,185 > 0,05$. Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variable (4) jaminan menunjukkan nilai 2.690 dengan nilai signifikansi sebesar $0,277 > 0,05$. Hasil pengujian untuk variable (5) perhatian atau kepedulian menunjukkan nilai 2.445 dengan nilai signifikansi sebesar $0,254 > 0,05$ dengan nilai signifikansi dibawah 0,05 menunjukkan bahwa variable perhatian mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci: kualitas layanan, bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan, kepedulian, kepuasan konsumen.

***INFLUENCE OF QUALITY TO CUSTOMER SATISFACTION J&T
EXPRESS IN YOGYAKARTA***

By

Name: Nanda Dian Permata

NIM: 11140038

ABSTRACT

This study aims to determine whether the dimensions of service quality that is tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy affects customer satisfaction of J&T Di Yogyakarta and analyze the most dominant factor in influencing customer satisfaction.

The test results obtained t value for (1) tangible variable shows the value = 0.484 with a significance value of $0.57 > 0.05$. Test results obtained t value for (2) reliability variables show the value 1.541 with a significance value of $0.143 > 0.05$. The test results obtained t value for the variable (3) responsiveness shows the value of 1.877 with a significance value of $0.185 > 0.05$ Test results obtained t value for the (4) assurance variable shows the value of 2.690 with a significance value of $0.277 > 0.05$. The test results for the (5) empathy variable shows the value of 2.445 with a significance value of $0.254 < 0.05$ with a significance value below 0.05 indicates that the empathy variable has a significant influence on customer satisfaction.

Keywords: service quality, tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy and consumer satisfaction.

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tingginya minat jasa pengiriman barang yang ada di kota Yogyakarta membuat jasa pengiriman ini menjadi sebuah kebutuhan di masa sekarang. Banyak jasa yang sudah beredar di Indonesia termasuk di kota Yogyakarta yang menawarkan banyak sekali kualitas pelayanan yang bermutu baik dan dapat dipercaya oleh konsumen. Apalagi dengan adanya teknologi yang semakin canggih membuat banyak perusahaan jasa pengiriman bersaing untuk menjadi yang terbaik dimata konsumen dengan memberikan kualitas jasa yang memenuhi kebutuhan konsumen melalui teknologi yang ada. Kualitas pelayanan sangat dibutuhkan dalam dunia bisnis karena kualitas pelayanan mempunyai hubungan langsung dalam kemampuan bersaing dan tingkat keuntungan perusahaan Panjaitan dan Yuliati (2016)

Menurut Tjiptono (2007) dalam Panjaitan dan Yuliati (2016) kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan dapat diukur dengan lima dimensi sesuai dengan urutan derajat kepentingan relatifnya Tjiptono, (2007) dalam Panjaitan dan Yuliati(2016). yaitu Tangible, Reliability, Responsivness, Assurance, Empathy keandalan. Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, selain itu juga erat kaitannya

Dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi.

Menurut Supranto (2006) dalam Sunarti (2017). Kualitas pelayanan adalah sesuatu yang harus dikerjakan oleh penyedia jasa dengan baik. Kualitas pelayanan seperti yang dirasakan oleh para konsumen, berasal dari suatu perbandingan antara apa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan pelayanan yaitu harapan dan dengan persepsi mereka tentang kinerja pemberi jasa. Menurut Irawan (2005:58) dalam Sunarti (2017). Ada 5 dimensi kualitas pelayanan yaitu : Tangible (Bukti Fisik), Reliability (Kehandalan), Responsiveness (Tanggapan), Assurance (Jaminan), Empathy (Empati). 5 dimensi tersebut akan menimbulkan persepsi mengenai kualitas jasa pada suatu perusahaan.

Kualitas pelayanan sangat di butuhkan oleh suatu perusahaan dalam menarik konsumen namun apabila pelayanan yang diberikan tidak mampu membuat konsumen puas maka konsumen akan merasa kecewa. Dan apabila jika kualitas pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan maka, konsumen akan merasa bahwa pelayanan yang diberikan sudah sesuai dan memenuhi harapan konsumen. Jika kesan awal yang diberikan sudah baik maka konsumen akan kembali lagi untuk menggunakan jasa tersebut tanpa berpikir panjang Panjaitan dan Yuliati (2016).

Perusahaan J&T Express adalah perusahaan jasa yang baru berdiri pada Tahun 2015 ini mampu bersaing dengan Jasa Perusahaan yang serupa

walaupun masih baru namun sudah sangat terkenal di mata masyarakat luas termasuk masyarakat Yogyakarta J&T Express ini memiliki banyak cabang yang ada kota Yogyakarta dan perusahaan J&T Express juga menyediakan pelayanan yang memudahkan konsumen untuk mengirimkan barangnya melalui jasa J&T Express dengan menggunakan aplikasi dimana konsumen yang ingin mengirim barang namun tidak bisa datang langsung untuk mengirimkan barangnya bisa menggunakan aplikasi tersebut yang sudah disediakan oleh J&T Express dan pihak J&T Express akan langsung datang ke lokasi konsumen untuk mengambil barang yang ingin dikirim.

Oleh karena itu J&T Express harus selalu memperhatikan kebutuhan dan kepuasan para konsumen dengan memberikan pelayanan yang terbaik agar para konsumen merasa puas dan dapat merekomendasikannya kepada orang lain. Hal ini menjadi suatu semangat bagi manajemen agar terus berupaya mengkombinasikan keunggulan dan potensi yang mereka miliknya dalam bidang jasa untuk terus dapat menarik minat konsumen agar konsumen tidak merasa kecewa atau dirugikan, dan sekaligus dapat mempertahankan konsumennya. Hal ini dapat menunjang peningkatan perusahaan agar dapat meningkatkan kualitas layanan yang diberikan karena ini merupakan salah satu faktor yang dapat menciptakan kepuasan pada diri konsumen dengan apa yang diharapkan konsumen.

Dari latar belakang yang dikemukakan maka penelitian ini mencoba untuk meneliti hal tersebut yaitu dengan mengambil topik yang berkaitan

dengan "PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN J&T EXPRESS YOGYAKARTA"

1.2 Perumusan Masalah

Dari latar belakang masalah, perumusan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah Terdapat Pengaruh Antara Dimensi Tangible Terhadap Kepuasan Konsumen di J&T Express Yogyakarta ?
2. Apakah Terdapat Pengaruh Antara Dimensi Reliability Terhadap Kepuasan Konsumen di J&T Express Yogyakarta ?
3. Apakah Terdapat Pengaruh Antara Dimensi Responsiveness Terhadap Kepuasan Konsumen di J&T Express Yogyakarta ?
4. Apakah Terdapat Pengaruh Antara Dimensi Assurance Terhadap Kepuasan Konsumen di J&T Express Yogyakarta ?
5. Apakah Terdapat Pengaruh Antara Dimensi Empathy Terhadap Kepuasan Konsumen di J&T Express Yogyakarta ?

1.3 Batasan Penelitian

Mengingat permasalahan yang ada sangatlah luas dan supaya penelitian lebih terarah maka penulis melakukan pembatasan penelitian. Batasan penelitiannya adalah sebagai berikut penulis hanya membahas mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di J&T Express Yogyakarta dengan menggunakan lima variabel yaitu menurut (Tjiptono, Chandra dan Adriana:2008) sebagai berikut :

1. Variabel Penelitian Meliputi:

- a. Merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh para pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik (contoh : gedung, gudang dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi) serta penampilan pegawainya).
- b. Realibility adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan 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.
- c. Responsivness yakni suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu persepsi yang negative dalam kualitas pelayanan.
- d. Adalah pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa

komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*) dan sopan santun (*courtesy*).

- e. Empathy maknanya memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

2. Responden

Responden yang dipilih oleh peneliti adalah seluruh masyarakat dari usia 14 - 70 Tahun yang pernah menggunakan jasa J&T Express Yogyakarta

3. Penelitian dilakukan dalam kurun waktu

Penelitian ini dilaksanakan pada Bulan April – Mei 2018 di kota Yogyakarta dan sekitarnya

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah Dimensi Tangible berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di J&T Express Yogyakarta
2. Untuk mengetahui apakah Dimensi Reliability berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di J&T Express Yogyakarta

3. Untuk mengetahui apakah Dimensi Responsiveness berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di J&T Express Yogyakarta
4. Untuk mengetahui apakah Dimensi Assurance berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di J&T Express Yogyakarta
5. Untuk mengetahui apakah Dimensi Empathy berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di J&T Express Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat bagi peneliti:

Semakin berkembang dalam bidang wawasan dan dapat membantu untuk menerapkan dalam bidang bisnis sesuai dengan jurusan yang diambil dan memperbanyak teori-teori untuk dapat berguna disaat bekerja.

1.5.2 Manfaat bagi perusahaan:

Perusahaan dapat lebih meningkatkan kebutuhan konsumen yang diinginkan agar adanya kualitas pelayanan yang memuaskan konsumen dan dapat membantu perusahaan dalam menjalin hubungan dengan konsumen di J&T EXPRESS YOGYAKARTA

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis pada Bab IV maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas layanan dalam penelitian ini sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen J&T Express di Yogyakarta
2. Berdasarkan variabel yang sudah diteliti bahwa ada 2 kualitas layanan yang sangat berpengaruh yaitu *Assurance* dan *emphaty* karena menurut konsumen inilah yang harus diperhatikan oleh jasa pengiriman manapun untuk dapat memberikan layanan yang terbaik dalam memenuhi kebutuhan konsumen

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dapat disimpulkan bahwa hanya *Assurance* dan *emphaty* yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen J&T Express di Yogyakarta. Maka ada beberapa saran yang dapat diberikan oleh penulis jasa pengiriman J&T Express di Yogyakarta. Mengingat bahwa cuman ada 2 variabel yang sangat berpengaruh dalam penelitian ini dan ada 3 yang tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen yaitu *tangible*, *realibility* dan *Responsivness* maka dari itu perusahaan jasa pengiriman J&T Express harus lebih meningkatkan pelayanannya agar dapat memuaskan kebutuhan konsumen dan memberikan keamanan serta kenyamanan dalam proses informasi, fasilitas yang disediakan, dan proses pengemasan barang teknologi serta peralatan yang memadai.

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah, 2002, **Perilaku Konsumen**, Cetakan Pertama, Penerbit, Graha Ilmu, Jakarta.
- Boyd, Harper W. dkk, (2000), **Manajemen Pemasaran – Suatu Pendekatan Strategis Dengan Orientasi Global** edisi 2 jilid 2, Jakarta : Erlangga
- Boyd, Harper W, 2000, **Manajemen Pemasaran**, Edisi Kedua, Erlangga, Jakarta
- David, Downey. 2002. **Manajemen Agribisnis**. Jakarta: Erlangga
- Ferdinand, Agusty. 2006. **Metode Penelitian Manajemen**. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hardiyati Ratih. 2010. **Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan (Villa) Agrowisata Kebun Teh Pagilaran**. Universitas Diponegoro. Semarang
- Irawan, H. 2004. **Indonesian Customer Satisfaction: Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan** Merek Pemenang ICSA. Jakarta : PT Alex Media Komputindo
- J. Setiadi, Nugroho, SE., MM., 2003, "Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran". Jakarta: Kencana
- Kotler, Amstrong. 2001. **Prinsip-prinsip pemasaran**, Edisi duabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller ,2007, **Manajemen Pemasaran Edisi 12 jilid 1**. Jakarta Indeks-Prentice Hall
- Kotler, Philip. 2000. **Manajemen Pemasaran**. (Jilid 1 dan 2). Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Kotler, Philip, 2002, **Manajemen Pemasaran**, Jilid 1, Edisi Milenium, Jakarta, Prehallindo.
- Khusaini (2016) **Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan di SPA Club Arena Yogyakarta**
- Lupiyoadi, Rambat, 2001, **Manajemen Pemasaran Jasa**, Edisi 1, Salemba Empat, Jakarta.50
- Nasution, M. N., 2005. **Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)**. Ghalia Indonesia, Bogor
- Nunnally, 1969. **Using Mutivariate Statistics**, Third edition, Harper Collin. New York.

- Panjaitan dan Yuliati (2016) **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE Cabang Bandung”** Universitas Telkom
- Rochaety E, dkk. 2007. **Metodologi Penelitian Bisnis: Dengan Aplikasi SPSS**, Edisi Pertama. Penerbit Mitra Wacana Media : Jakarta
- Slovin, M. J., 1960, Sampling, Simon and Schuster Inc., New York.
- Sugiyono, 2009, **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D**, Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (1997). **Metodologi Penelitian Administrasi**. Yogjakarta: CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Supranto (2006) dalam Sunarti (2017). **Menurut Para ahli tentang Kualitas pelayanan**
- Stanton, William J, (2002), **Prinsip Pemasaran**, terj. oleh Alexander Sindoro Jakarta, Penerbit Erlangga.
- Supranto (2006) dalam Sunarti (2017), **Pengertian Kualitas Pelayanan**.
- Sulastiyono, A. 2011. **Seri Manajemen Usaha Jasa Sarana Pariwisata dan Akomodasi : Manajemen Penyelenggara Hotel**. Bandung : CV Alfabeta
- Sumarwan dan Agus. 2004. **Perilaku Konsumen, Teori dn Penerapannya dalam Pemasaran**. Penerbit Kerjasama. PT. Ghalia Indonesia dengan Institut Pertanian Bogor
- Tjiptono (2007) dalam Panjaitan dan Yuliati (2016) **Menurut para ahli tentang kualitas pelayanan**
- Tjiptono dan chandra. (2005). **Service Quality and Satisfaction**. Edisi 2. Andi, Yogyakarta.
- Umar, Husein, 2002, **Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen**, Cetakan Kedua, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Zeithaml, Valarie A. and Bitner, Mary Jo. 2000, **Service Marketing** Edition 1. McGraw Hill Inc, Int'l Edition, New York
- Zulian Yamit. 2005. **Manajemen Kualitas**. Yogyakarta: Ekonesia.
- Zeithaml, Valarie A and Bitner, M.J. (2003) **Service Marketing**. Tata McGrawHill