

PENGARUH KUALITAS TEKNIS, EMPATI, NILAI PELANGGAN DAN

KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMBANGUN

KEPERCAYAAN PELANGGAN

PT. TIKI JALUR NUGRAHA EKAKURIR (JNE)

SKRIPSI



UNIVERSITAS NAMA : Dewy Apriyany S

MERCU BUANA NIM : 43111010192

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCUBUANA

JAKARTA

2015

PENGARUH KUALITAS TEKNIS, EMPATI, NILAI PELANGGAN DAN

KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMBANGUN

KEPERCAYAAN PELANGGAN

PT. TIKI JALUR NUGRAHA EKAKURIR (JNE)

**(Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Mercu Buana Jakarta)**



UNIVERSITAS
NAMA : Dewy Aprilyany
MERCU BUANA
NIM : 43111010192

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCUBUANA

JAKARTA

2015

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dewy Aprilyany
NIM : 43111010192
Program Studi : Manajemen – S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Teknis, Empati, Nilai Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Dalam Membangun Kepercayaan Pelanggan PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE Tomang).

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembuatan skripsi ini apabila terbukti membuat tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat sebenar-benarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, Januari 2015



(Dewy Aprilyany)

43111010192

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dewy Apryliyany
NIM : 43111010192
Program Studi : Manajemen – S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Teknis, Empati, Nilai Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Dalam Membangun Kepercayaan Pelanggan PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (Jne Tomang).
Tanggal Lulus Ujian : 5 Februari 2015

Disahkan Oleh :

Pembimbing Skripsi

Ketua Penguji


(Endi Rekarti, SE., ME)

Tanggal : 9/2/2015


(M. Rizki Sadikin, MBA)

Tanggal : 9/2/2015

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen S1


(Prof. Dr. Wiwik Utami Ak., MS., CA)

Tanggal : 12/2 2015


(Dr. Rina Astini SE,MM)

Tanggal : 12/2 2015

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini sebagai salah satu syarat MENCAPAI GELAR Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta.

Melalui berbagai data yang tersedia dan dengan kemampuan yang masih terbatas dalam penelitian ini penulis mencoba menganalisa Kualitas Teknis, Empati, Nilai Pelanggan, Kepuasan serta Kepercayaan. Adapun judul dari penelitian ini adalah **“Pengaruh Kualitas Teknis, Empati, Nilai Pelanggan, Kepuasan Pelanggan dalam Membangun Kepercayaan Pelanggan (studi kasus PT. TIKI Jalur Nugraha Ekakurir (JNE Tomang)) “** .

Dalam menyelesaikan penelitian ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas bantuan yang diberikan kepada :

1. Bapak Endi Rekarti, SE., ME selaku pembimbing skripsi yang telah sabar membimbing, mengarahkan dan memberikan motivasi, saran-saran kepada penulis sehingga skripsi ini dapat tersusun.
2. Bapak Dr.Ir. Arisetyanto Nugroho, MM, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak. Ms., CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Jajaran Program studi manajemen S1, ibu Dr. Rina Astini SE., MM selaku kaprodi manajemen S1, ibu Luna Haningsih, SE., ME dan ibu Hesti

Maheswari, SE., M, Si selaku sekertaris I dan sekertaris II Program Studi Manajemen S1.

5. Ketua penguji penulis, Bapak M. Rizki Sadikin, MBA dan Ibu Ryani Dyan Parashakti, SE., M.Si, terimakasih atas saran serta masukannya sehingga tugas akhir yang penulis buat menjadi layak untuk disajikan.
6. Kedua orang tua penulis Suparman dan Sarah, yang telah memberikan doa, dukungan, semangat dan kasih sayang yang tiada batasnya sehingga penulis bisa mencapai pendidikan sampai saat ini.
7. Kakak adik dan kakak ipar, mas rohim, ka kiki, mba uci, mas aris, mba uci dan Azzahra, yang telah memberikan dukungan, motivasi serta semangat dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Keluarga ke 2, Bapak Purnomo, ibu widiastuti, mas adi, mba kamel, mba ina, mas dani, mba wulan, mas agung, Felice, Ael dan Brigita, terimakasih atas doa, dorongan serta motivasi sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Fransiscus Regis Ndaru Agung Nugroho, terimakasih atas doa, kasih sayang, motivasi dan telah mengajarkan dan membimbing dengan sabar dalam membantu menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Sahabat EB Gengsss, Nur, Meyra, Ririn, Firda, Agnes, Nabella, Nika, Amaliah, Ricka, Lulu, Novi, Devi, Nia, fitri, terimakasih atas doa, motivasi dan saran kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

11. Teman-Teman HMJ Manajemen S1; Isa, Yosi, Agnes, Dhitia, Budi, Firda, Adit, Wahyu, Sofi, Maul, Tizar, Ghea, Tidhar, Ida, Rijal, Yeni, Diki, Ucup, Ima, Aris, Idris, Dara, Anggi, Oki. terimakasih atas kebersamaannya selama 2 periode menjabat di HMJ Manajemen S1.

Kepada seluruh pihak dan teman-teman penulis yang lainnya yang tidak disebutkan namanya satu persatu. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan dan ketulusan hati kalian. Skripsi yang penulis susun ini masih banyak kekurangan, baik dalam materi maupun cara penulisan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi penyempurnaan skripsi ini di masa yang akan datang.

Jakarta, 29 Oktober 2014



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Dewy Apriyany

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK	xvii
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	12
1.3 Pembatasan Masalah	13
1.4 Tujuan Penelitian	13
1.5 Manfaat Penelitian	14
BAB II : Kajian Pustaka, Rerangka Pemikiran, dan Hipotesis	13
2.1 Pengertian Pemasaran Jasa	15
2.2.1 Definisi Pemasaran Jasa	15
2.2 Kualitas	18

2.2.1	Pengertian Kualitas	18
2.2.2	Manfaat Kualitas	18
2.3	Kualitas Teknis	19
2.3.1	Pengertian Kualitas Teknis	19
2.4	Empati	21
2.4.1	Pengertian Empati	21
2.4.2	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Empati	22
2.5	Nilai Pelanggan	25
2.5.1	Pengertian Nilai Pelanggan	25
2.5.2	Nilai yang Diterima Pelanggan	26
2.6	Kepuasan Pelanggan	27
2.6.1	Pengertian Kepuasan Pelanggan	27
2.6.2	Elemen Program Kepuasan Pelanggan.....	30
2.6.3	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	32
2.7	Kepercayaan Pelanggan	33
2.7.1	Pengertian Kepercayaan Pelanggan	33
2.7.2	Dimensi Kepercayaan	35
2.7.3	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan	37
2.8	Penelitian Terdahulu	38
2.9	Pengaruh Antar Variabel Penelitian	40
2.9.1	Pengaruh Kualitas Teknis dengan Nilai Pelanggan.....	40

2.9.2	Pengaruh Empati dengan Nilai Pelanggan	41
2.9.3	Pengaruh Nilai Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan.....	41
2.9.4	Pengaruh Kepuasan Pelanggan dengan Kepercayaan	43
2.9	Rerangka Pemikiran	45
2.10	Hipotesis	46
BAB III: METODOLOGI PENELITIAN		47
3.1	Waktu dan Tempat Penelitian	47
3.1.1	Waktu Penelitian	47
3.1.2	Tempat Penelitian	47
3.2	Desain Penelitian	48
3.3	Pengukuran Variabel	48
3.4	Definisi dan Oprasional Variabel	49
3.4.1	Pengertian Variabel	49
3.4.2	Definisi Oprasional Variabel	50
3.5	Metode Pengumpulan Data	53
3.6	Jenis Data Penelitian	55
3.7	Populasi Dan Sample	55
3.7.1	Populasi	55
3.7.2	Sampel	55
3.8.1	Metode Analisis Data	56
3.8.1	SEM (<i>Structural Equation Modeling</i>)	56

3.8.2	Uji Validitas	57
3.8.3	Uji Reabilitas	58
3.8.4	Uji Asumsi : Normalitas	59
3.8.4	Tahapan - Tahapan Dalam SEM	60
3.8.5	Pengujian Hipotesis	66
BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN		68
4.1	Gambaran Umum PT. TIKI Jalur Nugraha Ekakurir (JNE)	68
4.2	Karakteristik Responden	71
4.2.1	Jenis Kelamin	72
4.2.2	Usia Responden	72
4.2.3	Jenis Pekerjaan Pelanggan	73
4.2.4	Lamanya Berlangganan JNE	74
4.2.5	Menggunakan Jasa Kurir Lainnya	75
4.3	Analisis Deskriptif Variabel	76
4.3.1	Analisis Deskriptif Indikator Kualitas Teknis 1	76
4.3.2	Analisis Deskriptif Indikator Kualitas Teknis 2	76
4.3.3	Analisis Deskriptif Indikator Kualitas Teknis 3	77
4.3.4	Analisis Deskriptif Indikator Kualitas Teknis 4	78
4.3.5	Analisis Deskriptif Indikator Empati 1	78
4.3.6	Analisis Deskriptif Indikator Empati 2	79
4.3.7	Analisis Deskriptif Indikator Empati 3	79

4.3.8	Analisis Deskriptif Indikator Empati 4	80
4.3.9	Analisis Deskriptif Indikator Nilai Pelanggan 1	81
4.3.10	Analisis Deskriptif Indikator Nilai Pelanggan 2	81
4.3.11	Analisis Deskriptif Indikator Nilai Pelanggan 3	82
4.3.12	Analisis Deskriptif Indikator Nilai Pelanggan 4	83
4.3.13	Analisis Deskriptif Indikator Kepuasan Pelanggan 1	83
4.3.14	Analisis Deskriptif Indikator Kepuasan Pelanggan 2	84
4.3.15	Analisis Deskriptif Indikator Kepuasan Pelanggan 3	85
4.3.16	Analisis Deskriptif Indikator Kepuasan Pelanggan 4	85
4.3.17	Analisis Deskriptif Indikator Kepuasan Pelanggan 5	86
4.3.18	Analisis Deskriptif Indikator Kepuasan Pelanggan 6	87
4.3.19	Analisis Deskriptif Indikator Kepuasan Pelanggan 7	87
4.3.20	Analisis Deskriptif Indikator Kepercayaan Pelanggan 1	88
4.3.21	Analisis Deskriptif Indikator Kepercayaan Pelanggan 2	89
4.3.22	Analisis Deskriptif Indikator Kepercayaan Pelanggan 3	89
4.3.23	Analisis Deskriptif Indikator Kepercayaan Pelanggan 4	90
4.3.24	Analisis Deskriptif Indikator Kepercayaan Pelanggan 5	91
4.4	Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel	91
4.4.1	Hasil Uji Validitas Variabel	91
4.4.2	Hasil Uji Reliabilitas Variabel	95
4.5	Pengolahan Data dan Uji Kecocokan Model Pengukuran	95

4.5.1	Uji Kecocokan Model Pengukuran untuk Masing-Masing Variabel Penelitian	95
4.5.2	Uji Kecocokan Keseluruhan Model Pengukuran	102
4.5.3	Uji Kecocokan Model Struktural (Uji T)	104
4.5.4	Pengujian Hipotesis Penelitian	105
4.6	Analisis Hasil Penelitian	108
4.6.1	Analisis Kualitas Teknis Terhadap Nilai Pelanggan	108
4.6.2	Analisis Empati Terhadap Nilai Pelanggan	108
4.6.3	Analisis Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan	109
4.6.4	Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kepercayaan Pelanggan	110
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN		112
5.1	Kesimpulan	112
5.2	Saran	114
5.2.1	Saran untuk PT. TIKI Jalur Mugraha Ekakurir	114
5.2.2	Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	118
DAFTAR PUSTAKA		119
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Top Brand Index Jasa Kurir di Indonesia	5
Tabel 1.2	Perbandingan Jasa Kurir TIKI, JNE dan Pos Indonesia	7
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	38
Tabel 3.1	Oprasional Variabel Kualitas Teknis	50
Tabel 3.2	Oprasional Variabel Empati	51
Tabel 3.3	Oprasional Variabel Nilai Pelanggan	51
Tabel 3.4	Oprasional Variabel Kepuasan Pelanggan	52
Tabel 3.5	Oprasional Variabel Kepercayaan Pelanggan	52
Tabel 3.6	Instrumen Skala Likert	54
Tabel 3.7	Goodness of Fit Index	64
Tabel 4.1	Penghargaan-Penghargaan JNE	71
Tabel 4.2	Indikator Kualitas Teknis 1	76
Tabel 4.3	Indikator Kualitas Teknis 2	76
Tabel 4.4	Indikator Kualitas Teknis 3	77
Tabel 4.5	Indikator Kualitas Teknis 4	78
Tabel 4.6	Indikator Empati 1	78
Tabel 4.7	Indikator Empati 2	79
Tabel 4.8	Indikator Empati 3	79
Tabel 4.9	Indikator Empati 4	80
Tabel 4.10	Indikator Nilai Pelanggan 1	81

Tabel 4.11 Indikator Nilai Pelanggan 2	81
Tabel 4.12 Indikator Nilai Pelanggan 3	82
Tabel 4.13 Indikator Nilai Pelanggan 4	83
Tabel 4.14 Indikator Kepuasan Pelanggan 1	83
Tabel 4.15 Indikator Kepuasan Pelanggan 2	84
Tabel 4.16 Indikator Kepuasan Pelanggan 3	85
Tabel 4.17 Indikator Kepuasan Pelanggan 4	85
Tabel 4.18 Indikator Kepuasan Pelanggan 5	86
Tabel 4.19 Indikator Kepuasan Pelanggan 6	87
Tabel 4.20 Indikator Kepuasan Pelanggan 7	87
Tabel 4.21 Indikator Kepercayaan Pelanggan 1	88
Tabel 4.22 Indikator Kepercayaan Pelanggan 2	89
Tabel 4.23 Indikator Kepercayaan Pelanggan 3	89
Tabel 4.24 Indikator Kepercayaan Pelanggan 4	90
Tabel 4.25 Indikator Kepercayaan Pelanggan 5	91
Tabel 4.26 Uji Validitas Variabel Kualitas Teknis	92
Tabel 4.27 Uji Validitas Variabel Empati	92
Tabel 4.28 Uji Validitas Variabel Nilai Pelanggan	93
Tabel 4.29 Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan	93
Tabel 4.30 Uji Validitas Variabel Kepercayaan Pelanggan	94
Tabel 4.31 Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Penelitian	95

Tabel 4.32 Hasil Uji Kecocokan Model Struktural	104
Tabel 4.33 Hasil Uji Kecocokan Struktural Model Penelitian	105
Tabel 4.34 Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian	107



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perbandingan Jasa Kurir TIKI, JNE dan Pos Indonesia	8
Gambar 1.2 Grafik Pageviews Per User JNE, TIKI dan Pos Indonesia	9
Gambar 1.3 Grafik Visits Percent JNE, TIKI dan pos Indonesia	9
Gambar 2.1 Perbedaan Fungsi pemasaran Barang dan Jasa	17
Gambar 2.2 Konsep Kepuasan Pelanggan	29
Gambar 2.4 Model Penelitian	45
Gambar 4.1 Jenis Kelamin Responden	72
Gambar 4.2 Usia Responden	73
Gambar 4.3 Jenis Pekerjaan Pelanggan	74
Gambar 4.4 Lamanya berlangganan JNE	75
Gambar 4.5 Menggunakan Jasa Kurir Lain	75
Gambar 4.6 Model Pengukuran Variabel Kualitas Teknis	96
Gambar 4.7 Model Pengukuran Variabel Empati	97
Gambar 4.8 Model Penelitian Variabel Nilai Pelanggan	98
Gambar 4.9 Model Pengukuran Variabel Kepuasan Pelanggan	99
Gambar 4.10 Model Pengukuran Variabel Kepercayaan Pelanggan	101
Gambar 4.11 Model Pengukuran Konstruk Variabel Penelitian	103
Gambar 4.12 Model Struktural (T-Values)	105

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	124
Lampiran 2	Tabulasi Karakteristik Responden Data Kuesioner	128
Lampiran 3	Analisis Deskriptif Variabel	136
Lampiran 4	Uji Validitas Variabel Penelitian (Output LISREL).....	141
Lampiran 5	Uji Reliabilitas Variabel Penelitian (Output SPSS)	143
Lampiran 6	Hasil Uji Kecocokan Model Pengukuran	145
Lampiran 7	Hasil Uji Kecocokan Keseluruhan Model Pengukuran.....	147
Lampiran 8	Model Struktural (Uji T)	149

