

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PELAYANAN DAN
KEPUASAN TERHADAP NIAT KONSUMEN MEMBELI JASA JNE
DI MASA MENDATANG DI AREA SURABAYA**



OLEH:
ANDREAS ADITAMA DACHI
3103010301

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2014

SKRIPSI
Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

OLEH:
ANDREAS ADITAMA DACHI
3103010301

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2014

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

*“PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN
TERHADAP NIAT KONSUMEN MEMBELI JASA JNE DI MASA
MENDATANG DI AREA SURABAYA”*

OLEH:

ANDREAS ADITAMA DACHI

3103010192

Telah Disetujui dan Diterima Untuk Diajukan
Kepada Tim Penguji

PEMBIMBING I



Hendro Susanto, SE., MM
NIK. 311.99.0365
Tanggal:

PEMBIMBING II

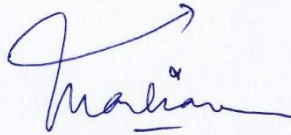


Arini, SE., MM
NIK. 311.03.0550
Tanggal:

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : Andreas Aditama Dachi, NRP : 3103010301.
Telah diuji pada tanggal 6 Maret 2014 dan dinyatakan lulus oleh tim
penguji.

Ketua Tim Penguji



C. Marlina Junaedi SE., M.si., CBA

NIK : 311.98.0358

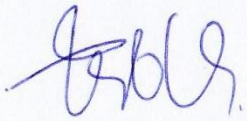
Mengetahui,

Dekan,

Ketua Jurusan,



Dr. Ludovicus Lasdi., SE., MM
NIK : 321.99.0370



Elisabeth Supriharyani, SE., M.Si.

NIK : 311.99.0369

**PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Andreas Aditama Dachi

NRP : 3103010301

Judul tugas akhir :

“PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN TERHADAP NIAT KONSUMEN MEMBELI JASA JNE DI MASA MENDATANG DI AREA SURABAYA”

Menyatakan bahwa karya tulis yang saya buat adalah ASLI, jika terdapat indikasi plagiarisme, saya bersedia tugas akhir saya ditarik oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala, Surabaya dan dinyatakan tidak lulus.

Saya juga menyetujui tugas akhir ini dipublikasikan di internet atau media lain untuk kepentingan akademik sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta. Demikian pernyataan dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat sebagaimana mestinya dan tanpa paksaan oleh pihak manapun.

Surabaya, 18 Februari 2014



Andreas Aditama Dachi

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas semua anugerah dan karuniaNya, karena penulis dapat menyelesaikan proses penyusunan skripsi dengan baik. Penulis menyusun skripsi dengan judul *“Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Terhadap Niat Konsumen Membeli Jasa JNE Di Masa Mendatang Di Area Surabaya”*. Tujuan dari penyusunan penelitian ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan pada Fakultas Bisnis di Universitas Katolik Widya Mandala, Surabaya guna meraih gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat membantu pembaca dalam mengukur hubungan persepsi kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap niat membeli jasa di masa mendatang pada jasa pengantaran barang. Dalam penulisan skripsi ini, penulis memiliki banyak keterbatasan, sehingga pada kesempatan ini, penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi., SE., MM. selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala, Surabaya.
2. Ibu Elisabeth Supriharyani, SE., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Robertus Sigit H.L., SE., M.Sc., selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Bapak Hendro Susanto, SE., MM., selaku dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan memberikan masukan-masukan bagi penulis.

5. Ibu Arini, SE., MM., selaku dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan memberikan masukan-masukan bagi penulis.
6. Semua Bapak dan Ibu dosen selaku dosen, khususnya Rumpun Pemasaran Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah membantu mengenai teori dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Keluarga yang memberikan semangat, perhatian dan memberikan sarana kepada penulis dalam mengerjakan skripsi ini.
8. Teman-teman yang selalu memberikan semangat dan memberikan masukan-masukan dalam penelitian ini diantara Intan, Ardi, Wicak, Reo, Kelvin dan teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Antonia Christa yang memberikan perhatian dan ketenangan kepada penulis, sehingga mengerjakan skripsi lebih tenang dan menyenangkan.
10. Semua pihak yang telah berpartisipasi, mohon maaf tidak bisa menyebutkan satu persatu, tapi bantuan kalian sangat berarti bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis berharap dengan adanya skripsi ini dapat menginspirasi para pembaca dan dapat membantu menyelesaikan masalah yang terjadi di dalam penelitian yang akan datang, penulis mengucapkan mohon maaf yang sebesar-besarnya bila terjadi kesalahan penulisan, ejaan tulisan dan lain sebagainya yang menyulitkan proses penangkapan makna.

Surabaya, 16 Desember 2013

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRACT	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB 1 : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.4.1 Manfaat Akademik.....	4
1.4.2 Manfaat Praktis.....	5
1.5 Sistematika Skripsi.....	5
BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Landasan Teori.....	10
2.2.1 Persepsi Kualitas Pelayanan.....	10
2.2.2 Kepuasan Konsumen.....	11
2.2.3 Niat Membeli Jasa di Masa Mendatang.....	12

2.2.4	Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	12
2.2.5	Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Membeli Jasa di Masa Mendatang	13
2.2.6	Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Niat Membeli Jasa di Masa Mendatang.....	13
2.2.7	Hubungan Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Membeli Jasa di Masa Mendatang, Melalui Kepuasan Konsumen.....	13
2.3	Kerangka Konseptual.....	14
2.4	Hipotesis.....	14
BAB 3 : METODE PENELITIAN.....		15
3.1	Jenis Penelitian.....	15
3.2	Identifikasi Variabel	15
3.3	Definisi Operasional.....	15
3.3.1	Persepsi Kualitas Pelayanan.....	15
3.3.2	Kepuasan Konsumen	16
3.3.3	Niat Membeli Jasa di Masa Mendatang	16
3.4	Data dan Sumber Data.....	17
3.4.1	Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	17
3.4.1.1	Alat Pengumpulan Data.....	17
3.4.1.2	Metode Pengumpulan Data.....	17
3.5	Skala Pengukuran Variabel.....	18
3.6	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	18
3.6.1	Populasi	18

3.6.2 Sampel	19
3.6.3 Teknik Pengambilan Sample.....	19
3.7 Teknik Analisis Data.....	19
3.7.1 Uji Validitas.....	20
3.7.2 Uji Reliabel.....	20
3.7.3 Uji Normalitas.....	21
3.7.4 Tahap-Tahap Dalam Struktural Equation Modeling.	21
BAB 4 : HASIL DAN PEMBAHASAN.....	25
4.1 Identifikasi Responden.....	25
4.1.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	25
4.2 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	26
4.2.1 Persepsi Kualitas Pelayanan.....	27
4.2.2 Kepuasan Konsumen.....	28
4.2.3 Niat Membeli Jasa di Masa Mendatang.....	29
4.3 Uji Kecocokan Model Pengukuran.....	30
4.3.1 Uji Validitas.....	30
4.3.2 Uji Realibilitas.....	31
4.4 Pengujian Asumsi Normalitas.....	33
4.4.1 Pengujian Normalitas Univariat.....	34
4.4.2 Pengujian Normalitas Multivariat.....	35
4.5 Uji Kecocokan Seluruh Model.....	35
4.5.1 Ukuran Kecocokan Seluruh Model.....	35
4.5.2 Pengujian Kecocokan Model Struktural.....	37
4.5.2.1 Persamaan Struktural.....	38
4.5.2.2 Pengujian Hipotesis Riset.....	38
4.5.3 Direct Effect, Indirect Effect dan Total Effect Variabel.....	39
4.6 Pembahasan.....	40

4.6.1 Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen JNE di Surabaya.....	40
4.6.2 Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Konsumen Membeli Jasa di Masa Mendatang.....	40
4.6.3 Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Niat Konsumen Membeli Jasa di Masa Mendatang.....	41
4.6.4 Pengaruh Persepsi Kepuasan Konsumen Terhadap Niat Konsumen Membeli Jasa di Masa Mendatang, Melalui Kepuasan Konsumen.....	42
BAB 5 : KESIMPULAN dan SARAN.....	43
5.1 Kesimpulan.....	43
5.2 Saran.....	44
5.2.1 Saran Akademis.....	44
5.2.2 Saran Praktis.....	44
DAFTAR PUSTAKA.....	47

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang.....	9
Tabel 4.1.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	26
Tabel 4.2 Nilai Rata-rata.....	27
Tabel 4.2.1 Statistik Deskripsi Variabel Persepsi Kualitas Pelayanan....	28
Tabel 4.2.2 Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen.....	29
Tabel 4.2.3 Statistik Deskriptif Variabel Niat Membeli Jasa di Masa Mendatang.....	30
Tabel 4.3.1 Uji Validitas.....	31
Tabel 4.3.2 Uji Realibilitas.....	32
Tabel 4.3.3 Lambda-Y dan Lambda-X.....	33
Tabel 4.4.1 Pengujian Normalitas Univariat.....	35
Tabel 4.5.1 Ukuran Kecocokan Seluruh Model.....	36
Tabel 4.5.2.1 Persamaan Struktural.....	39
Tabel 4.5.2.2 Pengujian Hipotesis Riset.....	39
Tabel 4.5.3 Direct Effect, Indirect effect dan Total Effect Variabel.....	40

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Karakteristik Responden
- Lampiran 3. Standar Deviasi dan Mean
- Lampiran 4. Uji Normalitas Univariat dan Multivariat
- Lampiran 5. Uji Kecocokan Statistik
- Lampiran 6. Total dan Efek Tidak Langsung
- Lampiran 7. Diagram *path*
- Lampiran 8. Syntax dan Output Data

EFFECT OF CONSUMER PERCEPTION AND CUSTOMER SATISFACTION TOWARD FUTURE CONSUMER INTENTION TO BUYING JNE SERVICES IN SURABAYA AREA

Andreas Aditama Dachi

andreasaditama@rocketmail.com

Abstract

This study analyzes the various factors that influence consumer perceptions on Consumer Interests in the past using JNE services through the Upcoming Consumer Satisfaction in Surabaya area . The purpose of this study was to determine the effect of each variable above , in the area of Surabaya.

The sampling technique used was purposive sampling , sampling techniques using specific assessment criteria . The criteria used are : respondents never use the services of JNE , gender , age (at least 18 years) . The method used in this study is a method of Structural Equation Modeling (SEM) with LISREL 8.70 program .

This study concludes that there is a significant and positive effect between variables influence the perception of Service Quality on Customer Satisfaction, Customer Satisfaction influence on Consumer Interests using JNE services in the future and influence Perception of Service Quality on Consumer Interests using JNE services in the future, through the Consumer Satisfaction. However, the direct effect of Service Quality Perception on Consumer Interests Using JNE Services in the Future no significant effect, but positively related.

The conclusion of this study is, consumers will probably go back if given JNE service enhanced, it is seen that each variable has a positive effect.

Keywords: *Consumer Perception, Consumer Interests using JNE services in the future, Customer Satisfaction*

PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN TERHADAP NIAT KONSUMEN MEMBELI JASA JNE DI MASA MENDATANG DI AREA SURABAYA

Andreas Aditama Dachi

andreasaditama@rocketmail.com

Abstrak

Penelitian ini menganalisis berbagai faktor yang mempengaruhi Persepsi Konsumen terhadap Niat Konsumen membeli jasa JNE di masa Mendatang melalui Kepuasan Konsumen di area Surabaya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh setiap variabel dalam penelitian ini, di area Surabaya.

Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*, teknik pengambilan sampel dengan menggunakan penilaian berdasarkan kriteria tertentu. Kriteria yang digunakan adalah: responden pernah membeli jasa JNE, jenis kelamin, usia (berusia 18 tahun keatas). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Structural Equation Modeling (SEM) dengan program LISREL 8.70.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara variabel pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen, pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Niat Konsumen Membeli jasa JNE di masa mendatang dan pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan terhadap Niat Konsumen Membeli jasa JNE di masa mendatang, melalui Kepuasan Konsumen. Namun, pengaruh langsung Persepsi Kualitas Pelayanan terhadap Niat Konsumen Membeli Jasa JNE di Masa Mendatang tidak berpengaruh signifikan, tetapi berhubungan positif.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah, konsumen dimungkinkan akan kembali jika pelayanan yang diberikan JNE ditingkatkan, hal ini terlihat bahwa setiap variabel berpengaruh positif.

Kata kunci: *Persepsi Konsumen, Niat Konsumen membeli jasa JNE di masa mendatang, Kepuasan Konsumen*