

**SKRIPSI**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA DAN KEUNGGULAN  
BERSAING TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT JALUR  
NUGRAHA EKAKURIR (JNE) AGEN PACAR KELING  
SURABAYA**



**OLEH :**

**DEWI AYU KURNIA**

**NBI : 1211600162**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
2020**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA DAN KEUNGGULAN  
BERSAING TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT. JALUR  
NUGRAHA EKAKURIR (JNE) AGEN PACAR KELING SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi persyaratan guna  
mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi  
Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

**Oleh :**

**Dewi Ayu Kurnia**  
**NBI : 1211600162**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
2020**

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Nama Lengkap : Dewi Ayu Kurnia

NBI : 1211600162

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi :

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA DAN KEUNGGULAN  
BERSAING TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT. JALUR  
EKAKURIR (JNE) AGEN DI SURABAYA.**

Surabaya, 16 Juni 2020

Mengetahui / Menyetujui  
Pembimbing,



Dr. Endah Budiarti, M.Si

## LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Dipertahankan didepan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada tanggal 03 Juli 2020.

### TIM PENGUJI :

1. Dr. Hj. Siti Mujanah, MBA. Ph.D. - Ketua \_\_\_\_\_
  
2. Dra. Yulyar Kartika W. Mm - Anggota \_\_\_\_\_
  
3. Dr. Endah Budiarti, MSi - Anggota \_\_\_\_\_

Mengesahkan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dekan,

Dr. H. Slamet Riyadi M.Si., Ak., CA.



UNIVERSITAS  
**17 AGUSTUS 1945**  
SURABAYA

**BADAN PERPUSTAKAAN**  
JL. SEMOLOWARU 45 SURABAYA  
TLP. 031 593 1800 (EX 311)  
EMAIL : [PERPUS@UNTAG-SBY.AC.ID](mailto:PERPUS@UNTAG-SBY.AC.ID)

## **LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dewi Ayu Kurnia  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Jenis Karya : ~~Tugas Akhir/ Skripsi / Tesis / Disertasi / Laporan Penelitian /~~  
**Makalah**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul :

### **PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA DAN KEUNGGULAN BERSAING TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT JALUR NUGRAHA EKAKURIR (JNE) AGEN PACAR KELING SURABAYA**

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasi karya ilmiah saya selama tetap tercantum.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
Pada Tanggal : 20 Juni 2020

Yang Menyatakan

(Dewi Ayu Kurnia)

## **SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT**

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama Lengkap (KTP) : Dewi Ayu Kurnia
2. NBI : 1211600162
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK (KTP) : 3578164705980006
6. Alamat Rumah (KTP) : Wonosari Lor 61 RT/RW 06/01  
Kel. Wonokusumo Kec. Semampir

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul :

### **PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA DAN KEUNGGULAN BERSAING TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT. JALURNUGRAHA EKAKURIR (JNE) AGEN PACAR KELING SURABAYA.**

Adalah benar – benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiat dan menyalin atau menyadur dari karya tulis ilmiah orang lain baik berupa Artikel, Skripsi, Tesis maupun Disertasi.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa skripsi yang saya tulis adalah hasil Plagiat maka saya bersedia menerima sanksi apapun atas perbuatan saya dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan kelembagaan Fak. Ekonomi dan Bisnis Untag Surabaya.

Surabaya, 16 Juni 2020  
Yang Membuat,

**Dewi Ayu Kurnia**

## **KATA PERSEMBAHAN DAN MOTTO**

Puji syukur kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga saya diberikan kesempatan untuk melanjutkan pendidikan program Sarjana Ekonomi dan menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kebanggaan. Saya mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan membimbing saya dalam menempuh pendidikan dan menyelesaikan skripsi ini.

Sebagai transisi menuju pencapaian Kepuasan Pelanggan yang baik, penelitian ini mempunyai pengaruh Yang berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan yang masih perlu disajikan sebagai satu kesatuan dalam penelitian. Hal ini dimaksud untuk memberikan wawasan tentang Bauran pemasaran jasa, dan keunggulan bersaing terhadap kepuasan pelanggan yang perlu diperhatikan dan dicapai agar memperoleh wawasan yang baik. Skripsi ini menjabarkan usaha yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan yang diharapkan dimana konsumen diberikan kesempatan untuk menjadi sumber pembelajaran dan sumber informasi lain yang membuka wawasan dan pengaruh yang berbentuk luas disekitarnya. Implementasi terbatas pada pengukuran kepuasan pelanggan telah mendapat tanggapan yang sangat positif dan masukan yang sangat berharga melalui skripsi ini. Digunakan semaksimal mungkin dalam menyiapkan skripsi ini untuk menyiapkan implementasi yang sangat menyeluruh bagi konsumen untuk sekarang dan seterusnya. Skripsi ini sangat terbuka dan dapat terus dilakukan perbaikan serta penyempurna dimasa mendatang.

Mudah-mudahan skripsi ini dapat memberikan yang terbaik bagi kemajuan dunia pendidikan dan keilmuan serta dapat meningkatkan dan memajukan organisasi dalam rangka mempersiapkan mencapai kinerja karyawan yang terbaik dan tertinggi. Ucapan terimakasih yang sebesar – besarnya saya tunjukkan kepada :

1. Dr. Endah Budiarti, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahannya, bimbingan dan tambahan ilmu serta wawasannya Saya sangat berterima kasih atas waktu yang telah diberikan untuk membimbing, mengoreksi, serta memberikan saran dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini.
2. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., Ak., CA Selaku rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang sudah memberikan kesempatan kepada saya untuk menimba ilmu dan menyelesaikan pendidikan program sarjana ekonomi manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., AK., CA Selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, kesempatan dan fasilitas serta bimbingan yang telah diberikan kepada saya selama menempuh perkuliahan

di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya program sarjana Ekonomi Manajemen.

4. Dra. Ec. Ulfi Pristiana, M.Si. selaku kepala program studi manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah membantu saya dalam proses kelancaran perkuliahan saya.
5. Dr. Hj. Siti Mujanah, MBA. Ph.D. selaku dosen ketua penguji saya yang telah meluangkan waktunya ditengah-tengah kesibukan.
6. Dra. Yulyar Kartika W. Mm selaku dosen anggota penguji yang telah meluangkan waktunya ditengah-tengah kesibukan.
7. Seluruh staf dan karyawan tata usaha difakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah banyak membantu saya dari awal perkuliahan hingga ujian skripsi ini.
8. Nur Alifa dan seluruh pegawai PT. JNE atas kesempatan dan bantuan yang diberikan kepada penulis dalam melakukan penelitian dan memperoleh informasi yang diperlukan selama penulisan proposal penelitian ini.
9. Kedua orang tua saya Saiful Arif dan Sri Wahyuni, serta Nenek saya Hj. Julaicha, terima kasih yang selalu memberikan nasihat, motivasi, yang telah memberikan dukungan baik moril maupun material serta doa yang tiada henti – hentinya kepada saya.
10. Ifan Dupadia Oktafian selaku pasangan saya senang hati menemani dan memberikan arahan dan motivasi serta dukungan hingga saat ini.
11. Seluruh Sahabat saya Icha, Tri, Ajeng Terima kasih atas dorongan semangat dan kebersamaan yang tidak terlupakan dan semua yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah membantu memberikan semangat untuk menjalani proses perkuliahan.

Penulis skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna dan saya menerima saran dan kritik untuk perbaikan, motto saya adalah *“Memulai dengan penuh keyakinan menjalankan dengan penuh keikhlasan menyelesaikan dengan penuh kebahagiaan”* Allah selalu ada petunjuk bagi merek yang selalu berusaha mencapai tujuan.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi saya dan para pembaca. Terima kasih

Surabaya, 16 Juni 2020

**Dewi Ayu Kurnia**



## RINGKASAN

Dalam era saat ini perkembangan perusahaan bisnis jasa kurir pengiriman barang dan logistik yang semakin kompetitif. Saat ini telah banyak bermunculan perusahaan swasta yang ikut meramaikan bisnis kurir atau pengiriman barang dan logistik. Dari meningkatnya modernisasi yang memungkinkan konsumen jasa kurir dan logistik dengan fasilitas dan kenyamanan serta pelayanan yang sangat baik. Selain itu memberikan tempat, fasilitas dan harga yang mereka berikan juga cukup bersaing dibanding perusahaan lainnya. Tujuan penelitian yang akan dicapai sesuai dengan rumusan masalah yang telah dijelaskan diatas adalah untuk membuktikan, menganalisis dan menjawab peranan Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa, dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kepuasan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT JNE Agen Pacar Keling 25 Surabaya.

Dalam pelaksanaan dilapangan, penelitian ini mengambil data primer yaitu menggunakan kuisisioner dengan jumlah 100 responden. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Pengambilan sampel menggunakan teknik accidental Sampling yaitu pengambilan sampel yang dilakukan secara kebetulan. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan kuisisioner. Teknik analisis data yang digunakan regresi linier berganda, Uji t, Uji F dan koefisien determinasi (R)

Hasil pada analisis dengan menggunakan regresi linier berganda yang sekaligus menjawab hipotesis dengan menyimpulkan bahwa Bauran Pemasaran Jasa (X1) dan Keunggulan Bersaing (X2) secara parsial Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan. Bauran pemasaran jasa (X1) dan keunggulan bersaing (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Koefisien determinasi  $R^2$  sebesar 0,553 yang berarti naik turunnya Kepuasan Pelanggan PT JNE, 55,3% dipengaruhi oleh variabel Bauran Pemasaran Jasa (X1), dan Keunggulan Bersaing (X2). Sedangkan sisanya sisanya 44,7% dipengaruhi oleh faktor citra merek atau perusahaan, faktor kepercayaan, faktor kinerja pemasaran, faktor ikatan emosi konsumen, dan faktor inovasi layanan.

## ABSTRACT

PT JNE Logistik is one of the courier services in Indonesia. PT JNE was established in 1990 and started its presence by serving the public in terms of customs especially imports of time-sensitive shipments through the Rush Handling warehouse. PT JNE Logistik has succeeded in building more than 1,500 service points spread throughout the archipelago. This study aims to prove and analyze: (1) Effect of service marketing mix on customer satisfaction (2) Effect of competitive advantage on customer satisfaction (3) Effect of service marketing mix and competitive advantage on customer satisfaction. At PT JNE Agen Pacar Keling 25 Surabaya customers. This research was conducted in the Pacar Keling 25 Surabaya area.

The population of this research is the customers of PT JNE Agen Pacar Keling 25, while the sampling using accidental sampling technique and obtained a sample of 100 respondents. Data collection techniques used in this study were questionnaires. Data analysis tools used are multiple linear regression, t test, F test and the coefficient of determination ( $R^2$ ).

The results of the linear regression analysis showed that the two variables namely service marketing mix and competitive advantage partially had a significant effect on customer satisfaction. While simultaneously the marketing mix of services and competitive advantage has a significant effect on customer satisfaction. The coefficient of determination  $R^2$  is 0.553 which means that the ups and downs of PT JNE's customer satisfaction, 55.3% are influenced by the variable marketing service mix (X1), competitive advantage (X2). and the remaining 44.7% is influenced by brand or company image factors, trust factors, marketing performance factors, consumer emotional ties, and service innovation factors.

Keywords: Marketing mix, competitive advantage, customer satisfaction

## DAFTAR ISI

<b>COVER LUAR.....</b>	<b>i</b>
<b>COVER DALAM .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI.....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PERSEMBAHAN DAN MOTTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>RINGKASAN.....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat Praktis.....	5
1.4.2 Manfat Akademis .....	6
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
2.1 Landasan Teori .....	7
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	7
2.1.2 Pemasaran Jasa .....	7
2.1.3 Teori Pemasaran.....	8
2.1.3.1 Pengertian Pemasaran .....	8
2.1.3.2 Pengertian Jasa.....	8
2.1.3.3 Karakteristik Jasa.....	9
2.1.4 Bauran Pemasaran jasa.....	9
2.1.5 Karakteristik Jasa dan Pemasaran Jasa .....	12
2.1.5.1 Karakteristik Jasa .....	12
2.1.5.2 Karakteristik Pemasaran Jasa.....	13
2.1.6 Keunggulan Bersaing .....	14

2.1.7 Kepuasan Pelanggan.....	18
2.2 Penelitian Terdahulu.....	21
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	25
2.3.1 Hubungan Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	25
2.3.2 Hubungan Keunggulan Bersaing Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	25
2.4 Kerangka Konseptual.....	25
2.5 Hipotesis.....	26
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>27</b>
3.1 Desain Penelitian .....	27
3.2 Tempat dan Waktu .....	27
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	27
3.3.1 Jenis Data.....	27
3.3.2 Sumber Data.....	27
3.4 Populasi dan Sampel .....	28
3.4.1 Populasi Penelitian .....	28
3.4.2 Sampel Penelitian .....	28
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	29
3.6 Definisi Variabel dan Definisi Operasional .....	29
3.6.1 Definisi Variabel .....	29
3.6.1.1 Variabel Bebas “ <i>Variabel Independen (X)</i> ”.....	29
3.6.1.2 Variabel terikat “ <i>Variabel Dependent (Y)</i> ”.....	30
3.6.2 Definisi Operasional .....	30
3.7 Proses Pengolahan Data .....	32
3.8 Metode Analisis Data .....	33
3.9 Teknik Pengujian Hipotesis dan Analisis Data .....	34
3.9.1 Analisis Regresi Linier Berganda .....	34
3.9.2 Koefisien Deteminasi ( $R^2$ ).....	34
3.10 Uji Hipotesis .....	35
3.10.1 Uji Persial (uji t).....	35
3.10.2 Uji Simultan (uji F).....	35
<b>BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>36</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	36
4.1.1 Sejarah Singkat PT. Jalur Nugraha Ekakurir Logistik.....	36

4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	37
4.1.3 Deskripsi Subjek Penelitian.....	37
4.1.4 Analisis Deskriptif.....	39
4.1.5 Uji Validitas.....	43
4.1.6 Uji Reliabilitas.....	44
4.1.7 Uji Asumsi Klasik.....	44
4.1.7.1 Uji Normalitas .....	44
4.1.7.2 Uji Multikolinearitas .....	45
4.1.7.3 Uji Heterokedastisitas .....	46
4.1.8 Analisis Regresi Linier Berganda .....	46
4.1.9 Analisis Koefisien Korelasi Determinasi ( $R^2$ ).....	48
4.1.10 Uji Hipotesis .....	48
4.1.10.1 Uji Simultan (Uji F).....	49
4.1.7.2 Uji Parsial ( Uji t) .....	49
4.2 Pembahasan .....	50
4.2.1 Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	50
4.2.2 Pengaruh Keunggulan Bersaing Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	52
4.2.3 Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	53
4.3 Implikasi Penelitian .....	53
4.4 Keterbatasan Penelitian .....	54
<b>BAB V: PENUTUP</b> .....	55
5.1 Simpulan .....	55
5.2 Saran .....	56
<b>Daftar Pustaka</b> .....	57
Lampiran	

## DAFTAR GAMBAR

### Gambar

1.1	Perbandingan Market Share Jasa Kurir Tahun 2016/201.....	2
2.1	Hand's on Strategy .....	15
2.2	Kerangka Konseptual .....	26
4.1	Hasil Uji Normalitas .....	45
4.2	Hasil Uji Heterokedastisitas .....	46

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Harapan, Kinerja dan Kepuasan.....	19
Tabel 2.2	Mapping Penelitian Terdahulu .....	23
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ...	38
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	38
Tabel 4.3	Kelas Interval.....	39
Tabel 4.4	Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Atas Bauran Pemasaran Jasa .....	40
Tabel 4.5	Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Atas Keunggulan Bersaing .....	41
Tabel 4.6	Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Atas Kepuasan Pelanggan .....	42
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas .....	43
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas .....	44
Tabel 4.9	Hasil Uji Multikolinearitas .....	45
Tabel 4.10	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	47
Tabel 4.11	Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	48
Tabel 4.12	Hasil Uji F ANOVA <sup>b</sup> .....	49
Tabel 4.13	Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	50

## DAFTAR LAMPIRAN

### Lampiran

1	Kuesioner Penelitian .....	60
2	Daftar Rekapitulasi Responden .....	63
3	Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	66
4	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	70
5	Hasil Uji Asumsi Klasik .....	71
6	Hasil Uji Koefisien Determinasi Berganda .....	72
7	Hasil Uji Kelayakan Model .....	73
8	Hasil Uji t.....	73



