

## KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang terus memberikan hikmat dan kesehatan yang luar biasa dalam menyelesaikan tugas akhir persyaratan akademik guna mengejar gelar studi yaitu Strata Satu Sarjana Manajemen di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya. Pada penelitian ini, penulis meyakini bahwa pengungkapan, penyajian, serta penggunaan kata-kata dan bahasa masih sangat jauh dari sempurna. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan saran, kritik dan segala bentuk pengarahan dari semua pihak untuk perbaikan penelitian tugas akhir ini. Pada kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang begitu besar kepada pihak- pihak yang telah membantu dan mendukung atas terselesaikannya penelitian ini hingga akhir. Ucapan terima kasih ini khususnya ditujukan kepada:

1. Bapak Dr. Ronald, S.T., M.M, CSMA, CDM, PMA, selaku Executive Director dan Associate Dean serta pembimbing akademik yang membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan yang saya lalui selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Surabaya.

2. Ibu Dr. Amelia, S.E., M.M, RFP-I, CSMA, selaku kepala program studi manajemen dan pembimbing akademik yang membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan yang saya lalui selama berkuliah di UPH Surabaya.

3. Bapak Dr. Ronald, S.T., M.M, CSMA, CDM, PMA, dosen pembimbing pertama yang telah memberikan perhatian yang begitu besar, waktu, tenaga, kesabaran, serta memberikan dorongan yang begitu tinggi kepada saya dari awal hingga penelitian ini dapat diselesaikan.

4. Ibu Dr. Amelia, S.E., M.M, RFP-I, CSMA, selaku dosen pembimbing kedua yang telah membantu, membimbing, memberi perhatian, tenaga dan memberikan saran-saran serta perhatian sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini.

5. Bapak William Santoso, S.E., M.Ak, selaku dosen penguji pertama yang turut memberikan masukan dan arahan kepada penulis untuk penyelesaian penelitian ini.

6. Kedua orangtua saya dan saudara yang senantiasa mendoakan, memberikan semangat dan dukungan dalam menyelesaikan penelitian ini.

7. Teman-teman kerabat dekat saya, Maria Wensen, Marsha, Steven Samuel, Nancy, Yovina, Alfado, Vincent, Amel yang telah banyak menyemangati dalam kehidupan perkuliahan yang saya lalui selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya, terutama yang sudah membantu dan memberikan dukungan dalam penelitian ini.

8. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebut satu persatu yang telah membantu penulis dalam penyusunan penelitian ini. Hanya doa yang dapat penulis panjatkan semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas semua kebaikan dan dukungan dari Bapak, Ibu, Saudara, dan teman-teman sekaligus. Semoga penelitian ini bisa bermanfaat terutama bagi diri pribadi penulis serta pihak-pihak yang berkepentingan dengan topik yang sama. Segala kritik dan saran atas penelitian ini tentunya akan sangat bermanfaat untuk penyempurnaan selanjutnya.

Surabaya, 25 Agustus 2021



Tyang Awan Setyaw

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERSUTUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Batasan Masalah .....	14
1.3 Rumusan Masalah .....	15
1.4 Tujuan Penelitian.....	17
1.5 Manfaat Penelitian .....	17

1.5.1. Manfaat Teoritis .....	17
1.5.2. Manfaat Praktis .....	17
1.6 Sistematika Penulisan .....	18

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

2.1 Landasan Teori .....	20
2.1.1 Customer Loyalty .....	20
2.1.2 Customer Satisfaction.....	22
2.1.3 FInnancial Strategies.....	24
2.1.4 Basic Operational.....	25
2.1.5 Intermodal Operations .....	26
2.1.6 Social Strategies.....	27
2.2 Penelitian Terdahulu .....	29
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	30
2.3.1 Pengaruh FInnancial Strategies terhadap Customer Satisfaction .....	32
2.3.2 Pengaruh Basic Operational terhadap Customer Satisfaction .....	32
2.3.3 Pengaruh Intermodal Operations terhadap Customer Satisfaction .....	32
2.3.4 Pengaruh Social Strategies terhadap Customer Satisfaction .....	33
2.3.5 Pengaruh Customer Satisfaction terhadap Customer Loyalty .....	33
2.4 Model Penelitian .....	34
2.5 Bagan Alur Berpikiran.....	34

<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	37
3.2 Populasi dan Sampel .....	38
3.2.1 Populasi .....	38
3.2.2 Sampel .....	38
3.2.3 Metode Pengumpulan Data .....	40
3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	44
3.4 Metode analisa data .....	51
3.4.1 Pengolahan data .....	51
3.4.2 Pengujian hipotesis .....	51
3.4.3 Uji reabilitas .....	65
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>66</b>
4.1 Gambaran Umum JNE .....	66
4.2 Analisis Data .....	67
4.2.1 Statistik Deskriptif .....	67
4.2.1.1 Karakteristik Responden .....	67
4.2.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia .....	68
4.2.1.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	69
4.2.1.4 Tanggapan Responden .....	70

4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel .....	82
4.2.2.1 Penjelasan Responden Terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	82
4.2.2.2 Penjelasan Responden Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	83
4.2.2.3 Penjelasan Responden Terhadap <i>Financial Strategies</i> .....	85
4.2.2.4 Penjelasan Responden Terhadap <i>Basic Operational</i> .....	87
4.2.2.5 Penjelasan Responden Terhadap <i>Intermodal Operations</i> .....	89
4.2.2.6 Penjelasan Responden Terhadap <i>Social Strategies</i> .....	92
4.2.3 Hasil Pengujian Kualitas Data.....	94
4.2.3.1 Evaluasi Normalitas Data.....	96
4.2.3.2 Evaluasi Outliers .....	97
4.2.3.2.1 Univariate Outliers.....	98
4.2.3.2.2 Multivariate Outliers.....	99
4.2.3.3 Evaluasi Multicollinearity dan Singularity .....	100
4.2.3.4 Analisis Faktor Konfirmatori ( <i>Confirmatory Factor Analysis</i> ).....	100
4.2.3.4.1 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Eksogen.....	101
4.2.3.4.2 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Endogen .....	104
4.2.3.5 Analisis <i>Full Structural Equation Modeling</i> .....	105
4.2.3.6 Uji Reability .....	109
4.2.4 Hasil Pengujian Hipotesis.....	111

4.2.4.1 Pengujian Hipotesis 1 (H1) .....	112
4.2.4.2 Pengujian Hipotesis 2 (H2) .....	112
4.2.4.3 Pengujian Hipotesis 3 (H3) .....	113
4.2.4.4 Pengujian Hipotesis 4 (H4) .....	113
4.2.4.5 Pengujian Hipotesis 5 (H5) .....	114
4.3 Pembahasan.....	114
<b>BAB V .....</b>	<b>134</b>
5.1 Simpulan .....	134
5.1.1 Simpulan Atas Hipotesis.....	134
5.1.1.1 Pengaruh <i>Financial Strategies</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	134
5.1.1.2 Pengaruh <i>Basic Operational</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	135
5.1.1.3 Pengaruh <i>Intermodal Operations</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	135
5.1.1.4 Pengaruh <i>Social Strategies</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	136
5.1.1.5 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	135
5.1.2 Simpula Atas Masalah penelitian .....	137
5.2 Implikasi .....	138
5.2.1 Implikasi Teoritis .....	138
5.2.2 Implikasi Manajerial .....	139
5.3 Rekomendasi.....	145

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo JNE.....	2
Gambar 1.2 Aplikasi My JNE .....	6
Gambar 1.3 Webstie online tracking JNE .....	8
Gambar 2.1 Statistik jurnal penelitian terdahulu .....	30
Gambar 2.2 Model Penelitian.....	34
Gambar 2.3 Bagan Alur Berpikir .....	34
Gambar 3.1 Diagram Alur Kerangka Pemikir Teoritis .....	57
Gambar 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Usia .....	69
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	70
Gambar 4.3 Confirmatory Analysis.....	102
Gambar 4.4 Confirmatory Analysis.....	104
Gambar 4.5 Full Structural Model.....	106



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 15 perusahaan jasa pengiriman barang di Indonesia .....	4
Tabel 3.1 Desain inti Kuisisioner .....	41
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel .....	45
Tabel 3.3 Keterangan Indikator Konstruk .....	55
Tabel 3.4 Keterangan Hubungan Konstruk .....	57
Tabel 3.5 Hasil Konversi ke Dalam Persamaan Model Pengukuran.....	59
Tabel 3.6 Indeks Pengujian Kelayakan Sebuah Model (Goodness of Fit Index).....	64
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia.....	68
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	70
Tabel 4.3 Derajat Penilaian Setiap Variabel.....	71
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Customer Loyalty .....	72
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Customer Satisfaction.....	73
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Finnancial Strategies.....	75
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Basic Operational.....	77
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Intermodal Operations .....	79
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Social Strategies.....	81
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Customer Loyalty .....	82
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Customer Satisfaction .....	84
Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Finnancial Strategies .....	85
Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Basic Operational .....	87

Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Intermodal Operations.....	90
Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Social Strategies .....	92
Tabel 4.16 Goodness of Fit Index .....	95
Tabel 4.17 Uji Normalitas Data.....	96
Tabel 4.18 Statistik Deskriptif Z-Score.....	98
Tabel 1.19 Mahalonobis Distance .....	100
Tabel 4.20 Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor .....	103
Tabel 4.21 Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor Customer Satisfaction dan Customer Loyalty....	105
Tabel 4.22 Index Pengujian Kelayakan.....	107
Tabel 4.23 Regression Weight Full Structural Equation Model .....	107
Tabel 4.34 Uji Realibility .....	109
Tabel 4.25 Hasil Uji Hipotesis .....	111
Tabel 4.26 Indikator Variabel Finnancial Strategies.....	120
Tabel 4.27 Indikator Variabel Basic Operational.....	122
Tabel 4.28 Indikator Variabel Intermodal Operations .....	125
Tabel 4.29 Indikator Variabel Social Strategies.....	128
Tabel 4.30 Indikator Variabel Customer Satisfaction .....	130
Tabel 4.31 Indikator Variabel Customer Loyalty .....	132
Tabel 5.1 Implikasi Teori .....	138
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial.....	143

## DAFTAR PUSTAKA

Daftar Pustaka .....	147
----------------------	-----



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A : KUESIONER .....	A-1
LAMPIRAN B : TABULASI DATA KUISONER .....	B-1
LAMPIRAN C : HASIL UJI STATISTIK DESKRIPTIF .....	C-1
LAMPIRAN D : HASIL PENGUJIAN STRUCTURAL EQUATION MODEL .....	D-1
LAMPIRAN E : HASIL TURNITIN .....	E-1

