

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.1.1. Sejarah Perusahaan	7
1.1.2. Jenis Layanan JNE	9
1.2. Rumusan Masalah	12
1.3. Batasan Masalah	12
1.4. Tujuan Penelitian	12
1.5. Manfaat Penelitian	13



1.6. Sistematika Penulisan Laporan	13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	<b>15</b>
2.1. Uraian Teori	15
2.1.1. Pengertian dan Proses Pemasaran	15
2.1.2. Manajemen Pemasaran	16
2.1.3. Pengertian Jasa	17
2.1.4. Klasifikasi Jasa	17
2.1.4.1. Berdasarkan Sifat Tindakan Jasa	17
2.1.4.2. Berdasarkan Hubungan dengan Pelanggan	18
2.1.4.3. Berdasarkan Tingkat Customization dan Kemampuan Mempertahankan Standar Konstan dalam Penyampaian Jasa	19
2.1.4.4. Berdasarkan Sifat Permintaan dan Penawaran Jasa	20
2.1.4.5. Berdasarkan Metode Penyampaian Jasa	21
2.1.5. Karakteristik Jasa	21
2.1.5.1. Intangibility	22
2.1.5.2. Inseparability	22
2.1.5.3. Variability/heterogeneity	22
2.1.5.4. Perishability	22
2.1.5.5. Lack of Ownership	22
2.1.6. Pengertian Kualitas Layanan	23

2.1.7. Dimensi Kualitas Layanan	23
2.1.8. Pengertian Loyalitas Pelanggan	24
2.1.9. Karakteristik Loyalitas Pelanggan	25
2.1.10. Dimensi Loyalitas Pelanggan	26
2.2. Penelitian Terdahulu	27
2.3. Kerangka Berfikir	30
2.4. Hipotesis	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	<b>32</b>
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	32
3.2. Jenis Penelitian	32
3.3. Populasi dan Sampel	32
3.3.1. Populasi	32
3.3.2. Sampel	33
3.4. Teknik Pengumpulan Data	35
3.5. Sumber Data	36
3.5.1. Data primer	36
3.5.2. Data sekunder	36
3.6. Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel	36
3.7. Pengujian Validitas dan Reliabilitas	38
3.7.1. Uji Validitas	38

3.7.2. Uji Reliabilitas	39
3.8. Teknik Analisa Data	39
3.9. Pengujian Hipotesis	40
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	<b>42</b>
4.1. Karakteristik Responden	42
4.2. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	44
4.3. Hasil Pengolahan Data	44
4.4. Uji Hipotesis	45
4.4.1. Uji Koefisien Determinasi (R-Square)	45
4.4.2. Uji Signifikansi (T-Test)	46
4.5. Pembahasan	47
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	<b>50</b>
5.1. Kesimpulan	50
5.2. Saran	50
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>53</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Preliminary Research terhadap 20 Pelanggan JNE Medan	2
Tabel 1.2. TOP Brand Award Index 2015 dan 2016 Fase 2	9
Tabel 2.1. Ringkasan Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3.1. Operasional Variabel	37
Tabel 4.1. Karakteristik Responden	42
Tabel 4.2. Hasil Regresi	45
Tabel 4.3. Koefisien Determinasi	45
Tabel 4.4. Hasil Penelitian	47



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Grafik Presentase Penjualan JNE di Kota Medan	3
Gambar 1.2. Grafik Penjualan JNE Gatot Subroto Medan Tahun 2015	4
Gambar 1.3. Grafik Penjualan JNE Gatot Subroto Medan Tahun 2016	4
Gambar 1.4. Grafik Total Penjualan JNE Gatot Subroto Medan 2015-2016	5
Gambar 2.1. Model Sederhana Proses Pemasaran	16
Gambar 2.2. Klasifikasi Jasa Berdasarkan Sifat Tindakan Jasa	18
Gambar 2.3. Klasifikasi Jasa Berdasarkan Hubungan dengan Pelanggan	19
Gambar 2.4. Klasifikasi Jasa Berdasarkan Tingkat Customization dan Kemampuan Mempertahankan Standar Konstan dalam Penyampaian Jasa	19
Gambar 2.5. Klasifikasi Jasa Berdasarkan Sifat Permintaan dan Penawaran Jasa	20
Gambar 2.6. Klasifikasi Jasa Berdasarkan Metode Penyampaian Jasa	21
Gambar 2.7. Paradigma Penelitian	31

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Responden JNE Jalan Gatot Subroto Medan	55
Lampiran 2 "Lanjutan"	56
Lampiran 3 "Lanjutan"	57
Lampiran 4 Tabel Uji Validitas Dan Reliabilitas	58
Lampiran 5 Tabel Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Layanan	59
Lampiran 6 "Lanjutan"	60
Lampiran 7 "Lanjutan"	61
Lampiran 8 "Lanjutan"	62
Lampiran 9 Uji Validitas dan Reliabilitas	63
Lampiran 10 "Lanjutan"	64
Lampiran 11 Uji Regresi Linier Sederhana	65
Lampiran 12 Tabel Hasil Kuesioner	66
Lampiran 13 "Lanjutan"	71