

PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING*, *E-SERVICE QUALITY* (TRACKING SYSTEM BERBASIS WEB) DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PENGGUNA JASA J&T EXPRESS DI PASURUAN

SKRIPSI

DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN
MEMPEROLEH GELAR SARJANA (S1)



FITRI ANISA
2015.69.10.0002

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK
UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN**

2019

PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING*, *E-SERVICE QUALITY* (TRACKING SYSTEM BERBASIS WEB) DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PENGGUNA JASA J&T EXPRESS DI PASURUAN

SKRIPSI

DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN
MEMPEROLEH GELAR SARJANA (S1)



**FITRI ANISA
2015.69.10.0002**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK
UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN**

2019

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Experiential Marketing, E-Service Quality (Tracking System Berbasis Web) Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Jasa J&T Express Di Pasuruan.

Disusun oleh : Fitri Anisa

NIM : 201569100002

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jurusan : Administrasi Bisnis

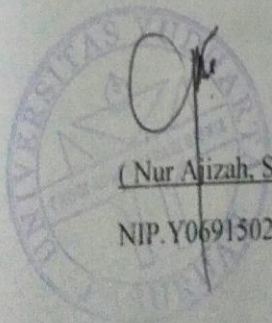
Konsentrasi : Pemasaran

Telah diperiksa dan disetujui untuk dipertahankan didepan tim penguji

Pasuruan, 31 Agustus 2019

Menyetujui.

Kaprodi,



(Nur Ajizah, S.Sos, M.AB)

NIP.Y0691502001

Pembimbing,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Miftahul Huda', is written over the text.

(Miftahul Huda, S.Sos, M.AB)

NIP.Y0691508056

TANDA PENGESAHAN

TELAH MEMPERTAHANKAN DI DEPAN MAJELIS PENGUJI SKRIPSI,
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS YUDHARTA
PASURUAN,

HARI : JUMAT

TANGGAL : 02 AGUSTUS 2019

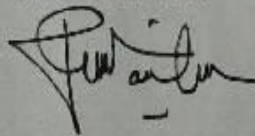
JAM : 10.00 WIB

JUDUL : PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING, E-SERVICE
QUALITY (TRACKING SYSTEM BERBASIS WEB),
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA PENGGUNA JASA J&T EXPRESS DI
PASURUAN.

DINYATAKAN LULUS

Majelis Penguji,

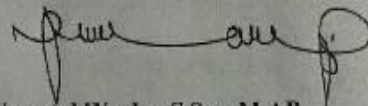
KETUA PENGUJI



Nuraeni, S.Sos., M.AB

NIP.Y.069.02.03.005

ANGGOTA

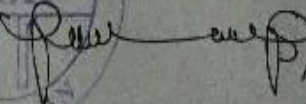


Any Urwatul Wusko, S.Sos., M.AB

NIP.Y.069.11.03.037

MENGESAHKAN,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik



Any Urwatul Wusko, S.Sos., M.AB

NIP.Y.069.11.03.037

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fitri Anisa
Nim : 201569100002
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Administrasi Bisnis

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut

Pasuruan, 17 Agustus 2019

Yang membuat pernyataan,


Fitri Anisa

Motto :

*Jika apa yang kau inginkan saat ini
belum bisa kau dapatkan, teruslah
berusaha. Tuhan selalu melihat doa
dan ikhtiarmu. Kau akan berhasil.*

*Karna sejatinya tidak ada usaha
yang sia-sia*

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah atas segala karunia dan hidayah-Nya, karya sederhana ini kupersembahkan untuk:

1. Dua malaikat tak bersayapku, Bapak dan Ibu. Terima kasih atas dukungan, doa, nasihat, kasih sayang, dan pengorbanan yang tak pernah usai hingga membuatku sadar bahwa berproses memang tidaklah mudah.
2. Dosen pembimbing, Bpk Miftahul Huda S.os, M.AB. Terima kasih atas waktu dan tenaga yang diberikan untuk membimbing kami serta untuk selalu bersedia kami repotkan selama ini.
3. Teman-teman seperjuangan, “Business 2015”. Terima kasih atas warna-warni kehidupan kampus yang kalian lukiskan selama ini. Tetaplah berjuang teman-teman. Gerbang kehidupan yang sesungguhnya akan segera kita lalui. Doaku selalu menyertai kalian dimana pun kalian berada.
4. Rekan-rekan Koalisi Blok Kanan, terimakasih atas support dan dorongannya selama proses pengerjaan skripsi hingga akhir.

Hanya sebuah karya sederhana dan kata terima kasih yang dapat kupersembahkan, semoga kita semua senantiasa berada dalam lindungan-Nya. Aamiin ya rabbal ‘alamin.

ABSTRAK

Peranan perusahaan jasa pengiriman sangatlah penting bagi perkembangan perekonomian dan gaya hidup masyarakat saat ini, peran tersebut sebagai media pendistribusian barang. Dengan adanya jasa pengiriman sangat mempermudah konsumen dalam memenuhi kebutuhannya, selain itu dapat menghemat waktu dan juga membuat konsumen merasa senang segala sesuatunya bisa dilakukan dengan mudah.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh *Experiential Marketing*, *E-Service Quality (Tracking System Berbasis Web)* Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan pelanggan pada Pengguna Jasa J&T Express di pasuruan yang hasilnya dapat digunakan sebagai evaluasi J&T Express untuk meningkatkan kinerjanya.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang pernah melakukan pengiriman barang pada J&T Express di pasuruan. Jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus machin dan ditemukan sebesar 132 responden atau pengguna jasa J&T Express di pasuruan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Experiential Marketing*, *E-Service Quality* dan Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga J&T Express diharapkan mampu mengembangkan dan serta mempertahankan *Experiential Marketing*, *E-Service Quality* dan Kepercayaan pelanggan sehingga nantinya mampu menambah kepuasan pelanggan.

Kata kunci: *Experiential Marketing*, *E-Service Quality*, Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

The role of a shipping service company is very important to the development of the society and lifestyle of today, the role as a media distribution of goods. With the delivery service is very easy for consumers to fulfill their needs, but it can save time and also make consumers feel happy things can be done easily.

The purpose of this research is to know the influence of Experiential Marketing, E-Service Quality (Web based Tracking System) and trust in customer satisfaction in service users J&T Express in Pasuruan whose results can be used as an evaluation of J&T Express to improve its performance.

The population in this research is a customer who has been delivering goods at J&T Express in Pasuruan. The number of samples in this study used Machin formula and was found to be 132 respondents or a service user of J&T Express in Pasuruan.

The results of this study show that Experiential Marketing, E-Service Quality and trust have a positive and significant effect on customer satisfaction, so that J&T Express is expected to develop and as well as maintain Experiential Marketing, E-Service Quality and customer confidence so that later to increase customer satisfaction.

Keywords: *Experiential Marketing, E-Service Quality, trust, customer satisfaction.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Experiential Marketing, E-Service Quality (Tracking System Berbasis Web) Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan pelanggan pada Pengguna Jasa J&T Express di pasuruan.”** ini dengan baik dan lancar.

Skripsi ini merupakan tugas akhir yang harus disusun sebagai syarat akademik dalam menyelesaikan studi program Strata 1 (S1) di Universitas Yudharta Pasuruan.

Dalam penyusunan skripsi ini, tidak terlepas dari berbagai kendala dan hambatan. Namun, berkat dukungan dan bantuan dari banyak pihak, akhirnya karya tulis sederhana ini dapat diselesaikan. Untuk itu, pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Romo K.H. M. Sholeh Bahrudin selaku Pengasuh Pondok Pesantren Ngalah.
2. Bapak Dr. H. Saifulah, MHI selaku Rektor Universitas Yudharta Pasuruan.
3. Ibu Any Urwatul Wusko, S.Sos., M.AB selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Yudharta Pasuruan.
4. Ibu Nur Ajizah, S.Sos., M.AB selaku Kepala Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Yudharta Pasuruan.
5. Miftahul Huda, S.Sos., M.AB selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, memberikan pengarahan dan bimbingan dalam penulisan skripsi ini.

6. Seluruh Dosen Pengajar Administrasi Bisnis yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
7. Keluarga tercinta yang telah begitu tulus memberikan semangat, dorongan dan do'a yang bermanfaat bagi penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar.
8. Seluruh teman Program Studi Administrasi Bisnis angkatan 2015 yang telah memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Semua pihak yang telah membantu atas terselesaikannya skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Akhirnya atas segala bantuan dari semua pihak, penulis mengucapkan banyak terima kasih. Semoga segala jasa dan bantuan yang diberikan kepada penulis mendapat balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT.

Demikian kata pengantar dari penulis, dengan harapan semoga karya sederhana ini dapat bermanfaat bagi para pembaca. Tiada gading yang tak retak, demikian pula dengan skripsi ini yang jauh dari kesempurnaan. Maka dari itu, kami selaku penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Pasuruan, 31 Agustus 2018

Penulis

DAFTAR ISI

Sampul Depan.....	i
Sampul dalam.	ii
Tanda Persetujuan Skripsi.	iii
Tanda Pengesahan.....	iv
Pernyataan Keaslian Tulisan.	v
Motto.....	vi
Halaman Persembahan.	vii
Abstrak,.....	viii
Abstract.	ix
Kata Pengantar.....	x
Daftar isi.	xii
BAB I: PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian.	6
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Kajian Teoritik.....	21
2.2.1 Pemasaran.....	21

2.2.2 Pemasaran Jasa	22
2.2.3 Experiential Marketing	22
2.2.3.1 Pengertian Experiential Marketing	22
2.2.3.2 Dimensi Experiential Marketing	24
2.2.4 <i>E-Service Quality</i>	25
2.2.4.1 Pengertian <i>E-Service Quality</i>	25
2.2.4.2 Dimensi <i>E-Service Quality</i>	27
2.2.5 Kepercayaan	28
2.2.5.1 Pengertian Kepercayaan	28
2.2.5.2 Dimensi Kepercayaan.....	29
2.2.6 Kepuasan Pelanggan	30
2.2.6.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan	30
2.2.6.2 Dimensi Kepuasan Pelanggan.....	31
2.3 Hubungan Antar Variabel	32
2.3.1 Pengaruh Experiential Marketing terhadap Kepuasan Pelanggan.....	32
2.3.2 Pengaruh <i>E-Service quality</i> terhadap Kepuasan Pelanggan.....	33
2.3.3 Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan	34
2.3.4 Pengaruh Experiential Marketing, <i>E-Service Quality</i> , Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan	35
2.4 Model Hipotesis.....	36
2.5 Hipotesis Penelitian.....	37
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	38

3.2 Lokasi Penelitian.....	39
3.3 Variabel dan Pengukuran	39
3.3.1 Variabel Penelitian.....	39
3.3.2 Definisi Operasional	40
3.3.3 Skala Pengukuran	44
3.4 Populasi dan Sampel	45
3.4.1 Populasi.....	45
3.4.2 Sampel.....	45
3.4.3 Teknik Penentuan Sampel.....	49
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.5.1 Observasi	49
3.5.2 Kuesioner (Angket).....	50
3.6 Validitas dan Reabilitas	50
3.6.1 Validitas	50
3.6.2 Reabilitas.....	51
3.7 Uji Asumsi Klasik.....	52
3.7.1 Uji Normalitas	52
3.7.2 Uji Linieritas.....	53
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas.....	53
3.8 Teknik Analisis.....	54
3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif	54
3.8.2 Analisis Statistik Inferensial.....	54
3.9 Uji Hipotesis.....	55

3.9.1 Uji Parsial (T)	55
3.9.2 Uji Simultan (F)	56
3.9.3 Koefisien determinan (Adjusted R ²).....	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	58
4.1.1 Sejarah berdirinya perusahaan J&T Express.....	58
4.1.2 Visi, Misi, Motto Perusahaan Jasa J&T Express.....	59
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan Jasa J&T Express Pasuruan	60
4.2 Gambaran Umum Responden	61
4.3 Validitas dan Reabilitas	62
4.3.1 Validitas	62
4.3.2 Reabilitas.....	64
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	65
4.4.1 Uji Normalitas	65
4.4.2 Uji Linieritas.....	66
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	69
4.5 Deskriptif Frekuensi Variabel	70
4.5.1 Variabel Experiential Marketing	70
4.5.2 Variabel E-Service Quality	76
4.5.3 Variabel Kepercayaan	81
4.5.4 Variabel Kepuasan Pelanggan.....	85
4.6 Hasil Analisis Linier Berganda	88
4.7 Uji Hipotesis.....	90

4.7.1 Parsial (T).....	90
4.7.2 Uji Simultan (F).....	92
4.8 Koefisien determinan (Adjusted R ²).....	93
4.9 Pembahasan Hasil Penelitian.....	94
4.9.1 Pengaruh Experiential Marketing terhadap kepuasan pelanggan.....	94
4.9.2 Pengaruh E-Service Quality terhadap kepuasan pelanggan.....	95
4.9.3 Pengaruh Kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan	97
4.10 Keterbatasan Peneliti.....	98
 BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	100
5.3 Saran.....	100
Daftar Pustaka	103
Lampiran	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Hipotesis.....	36
Gambar 4.1 Logo J&T Express	58
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas	66

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 2.2 Tabel perbedaan dan persamaan penelitian terdahulu dengan Penelitian Sekarang	19
Tabel 2.3 Pengertian Experiential Marketing.....	23
Tabel 2.4 Pengertian <i>E-Service Quality</i>	27
Tabel 2.4 Pengertian Kepercayaan	29
Tabel 2.4 Pengertian Kepuasan Pelanggan	31
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	41
Tabel 4.1 Distribusi Responden berdasarkan usia.....	61
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas	62
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas	64
Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas.....	65
Tabel 4.5 Hasil Uji Linieritas X1	67
Tabel 4.6 Hasil Uji Linieritas X2	67
Tabel 4.7 Hasil Uji Linieritas X3	68
Tabel 4.8 Hasil Uji Linieritas	68
Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas	69
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden X1.....	70
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden X2.....	76
Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden X3.....	81
Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden Y.....	85
Tabel 4.14 Hasil Analisis Linier Berganda	88

Tabel 4.15 Hasil Uji T (parsial)	90
Tabel 4.16 Hasil Uji F (simultan)	92
Tabel 4.17 Hasil Koefisien determinan (Adjusted R ²)	93

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	106
Lampiran 2 : Uji Validitas.....	111
Lampiran 3 : Uji Reliabilitas	117
Lampiran 4 : Uji Normalitas	117
Lampiran 5: Uji Linieritas	118
Lampiran 6 : Uji Heteroskedastisitas	119
Lampiran 7 : Hasil Analisis Linier Regresi Berganda	119
Lampiran 8 : Uji F	120
Lampiran 9 : Koefisien determinan (Adjusted R ²)	120
Lampiran 10 : Hasil Dokumentasi.....	120