

**PENGARUH SERVICE EXCELLENT, MEREK DAN BRAND
IMAGE TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA
PT. JNE CABANG SUNGAILIAT BANGKA**

SKRIPSI



Diajukan Oleh:

**NAMA : CHERISTIAN SYARWENDY
NIM : 302 11 11 058**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Prasyarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG
2016**



**UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

LEMBAR PERSETUJUAN USULAN PENELITIAN

Nama : CHERISTIAN SYARWENDY
NIM : 302 11 11 058
Program Studi : Manajemen
Judul Proposal : “Pengaruh Service Excellent Merek dan Brand Image Terhadap Keunggulan Bersaing Pada PT. JNE Cabang Sungailiat Bangka”

Pembimbing Utama

Dr.Reniati, S.E., M.Si.
507206007

Pembimbing Pendamping

H.Sumar.S.E.,M.MNP.
NIP. 506808015

BalunIjuk, Januari 2016



PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL PENGARUH *SERVICE EXCELLENT*, MEREK DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA PT. JNE CABANG SUNGAILIAT BANGKA

Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh : **Cheristian.Syarwendy**

Nomor Induk Mahasiswa : 302 11 11 058

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal, 05 Agustus 2016 dan telah dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima.

Tim Penguji

Ketua

Anggota

Anggota

Dr. Reniati, S.E., M.Si
NP. 507206007

Erwin, S.E., M.M. Ph.D
NP. 506507013

Khariyansyah, S.E., M.M
NIP. 197903152012121005

Balunijuk, 05 Agustus 2016
Universitas Bangka Belitung
Falkutas Bangka Belitung
Jurusan Manajemen

Dekan

Dr. Reniati, S.E., M.Si
NP. 507206007

Ketua Jurusan Manajemen

Maya Yusra, S.E., M.Si
NIP.198605082014042001

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi yang berjudul: **“Pengaruh Service Excellent, Merek dan Brand Image Terhadap Keunggulan Bersaing Memilih Pada PT. JNE Cabang Sungailiat Bangka”**, adalah hasil tulisan saya sendiri, tidak terdapat karya sebelumnya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis terdapat dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi dan apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai dengan hukuman yang berlaku”.

Balunijuk, Agustus 2016

Penulis

Cheristian Syarwendy

ABSTRACT

Cheristian Syarwendy. 302 11 11 058. The Effects of Service excellence, Brand, and Brand Image on the Competitive Advantage of PT. JNE Sungailiat Bangka.

PT. JNE Sungailiat is a branch of JNE delivery service located at Jalan Muhidin, Ruko Graha Cakra Blog G, Sungailiat. This delivery service was established in 1990 by H. Soeprapto Soeparno. This study aims to analyze and determine the effects of service excellence, brand, brand image on the competitive advantage of PT. JNE Sungailiat Bangka and determine which independent variable have the biggest effect on its competitive advantage.

This is a descriptive qualitative research with survey approach and a sample of 212 people using random sampling. The independent variables in this study are service excellence, brand and brand image: while the dependent variable is competitive advantage. To test the instruments, validity test and reliability test are employed. The method used to analyze the data is multiple linear regressions with T test and F test.

The result suggests that variables service excellence, brand and brand image have significant effects on the competitive advantage. The result of F shows that $F_{count} 112.704 > F_{table} 2.64$ while the significance rate is $(0.000) < \alpha$ at a level of 5% or 0.05. therefore, H_a is accepted and H_o is rejected. The coefficient of determinant (R Square) is 0.619 or 61.9%. The result of t test: $X1 -- > t_{count} 688 > t_{tabel} 1.9714$, $X2 -- > t_{count} 9.924 > t_{tabel} 1.9714$, and $X3 -- > t_{count} 0.595 < t_{tabel} 1.9714$. Therefore, it can be said that the three independent variables have significant effects on the dependent variable, both individually or simultaneously.

Keywords: Service excellence, Brand, Brand Image, and Competitive Advantage

ABSTRAK

Cheristian Syarwendy. 302 11 11 058. Pengaruh *Service Excellent*, Merek dan *Brand Image* Terhadap Keunggulan Bersaing Pada PT. JNE Cabang Sungailiat Bangka.

PT. JNE adalah salah satu cabang jasa pengiriman yang ada di kota Sungailiat terletak di jalan Muhidin Ruko Graha Cakra Blog G Sungailiat, jasa pengiriman ini awalnya didirikan pada tahun 1990 oleh H. Soeprapto Soeparno. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui seberapa besar pengaruh *service excellent*, merek dan *brand image* terhadap keunggulan bersaing pada PT. JNE Cabang Sungailiat Bangka dan untuk mengetahui pengaruh variabel independen yang paling berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dan kualitatif dengan pendekatan survey jumlah sampel 212 dengan menggunakan teknik pengambilan sampel random sampling. Pada penelitian ini variabel bebasnya terdiri pengaruh *service excellent*, merek dan *brand imange*, sedangkan variabel terikatnya keunggulan bersaing. Pengujian instrument menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Sedangkan metode analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan uji T dan uji F.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *service excellent*, merek dan *brand image* berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Seperti hasil dari perhitungan uji F bahwa F hitung 112.704 > dari F tabel 2.64 sedangkan signifikansi (0.000) < dari alpa pada taraf 5% atau 0.05. Sehingga Ha diterima dan Ho ditolak. Sedangkan koefisien determinan (R Square) sebesar 0.619 atau 61.9%. Sedangkan uji t diketahui variabel X1 t hitung 11.688 > t tabel 1.9714, X2 t hitung 9.924 > t tabel 1.9714 dan X3 t hitung 0.595 < t tabel 1.9714 maka secara simultan dapat dikatakan ketiga variabel ini berpengaruh signifikan terhadap variabel Y (terikat) baik secara individu.

Kata Kunci: *Service excellent*, Merek, *Brand Image* dan Keunggulan Bersaing

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan rasa puji dan syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas segala rahmat dan karunia-Nya jugalah akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini, untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Falkutas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Bangka Belitung.

Skripsi ini berjudul “ Pengaruh Service Excellent, Merek dan Brand Image Terhadap Keunggulan Bersaing Pada PT. JNE Cabang Sungailiat Bangka Belitung”, dengan menyadari segala keterbatasan atas kemampuan dan ilmu pengetahuan yang penulis miliki, maka dalam penyusunan skripsi ini juga tidak terlepas dari kekuarangan-kekurangan, baik itu dalam isi/materi ataupun susunan kalimat, untuk itu penulis mohon dimaklumi atas kekurangan-kekurangan tersebut, serta segala saran dan kritik maupun masukan lainnya dari semua pihak akan penulis terima dengan senang hati demi perbaikan skripsi ini kearah yang lebih sempurna.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih serta penghargaan yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu serta membimbing penulis, sehingga penyusunan skripsi ini tepat waktu, yaitu:

1. Bapak Dr. Ir Muh Yusuf M.Si., selaku Rektor Universitas Bangka Belitung.
2. Ibu Dr. Reniati, S.E., M.,Si., selaku Dekan Falkutas Ekonomi Universitas Bangka Belitung dan selaku dosen Pembimbing I yang

telah berkenan menyediakan waktu untuk membimbing dan mengarahkan dalam penyusunan skripsi ini.

3. Ibu Maya Yusnita, S.E., M.Si, selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.
4. Bapak H. Sumar, S.E.,MM, selaku dosen Pembimbing II yang telah berkenan menyediakan waktu untuk membimbing dan mengarahkan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Keluarga tersayang dan tercinta, orang tua terutama kedua orang tuaku, kakak dan adik yang telah memberikan motivasi dan doanya

Akhir kata penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan dapat menambah khasana pengetahuan kita dan semoga Universitas Bangka Belitung ini dapat tumbuh dan berkembang sesuai dengan perkembangan dan kemajuan ilmu pengetahuan sehingga dapat membangun peradaban bagi Provinsi Bangk Belitung.

Balun Ijuk, Mei 2016

Penulis

Christian Syarwendy

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRACT.....	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Batasan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.6 Sistematika Penulisan	10

BAB II	Landasan Teori	12
2.1	Tinjauan Pustaka	12
2.1.1.	Definisi Pemasaran	12
2.1.1.1.	Tujuan Pemasaran	12
2.1.1.2.	Konsep Strategi Pemasaran	15
2.1.2.	Pengertian <i>Service Excellent</i>	16
2.1.2.1.	Dimensi <i>Service Excellent</i>	19
2.1.3.	Pengertian Jasa	22
2.1.3.1.	Karakteristik Jasa	23
2.1.4.	Pengertian Merek	24
2.1.4.1.	Elemen Hirarki Merek	25
2.1.4.2.	Formula Kekuatan Merek Interbrand	27
2.1.5.	Pengertian <i>Brand Image</i>	29
2.1.5.1.	Ukuran <i>Brand Image</i>	30
2.1.5.2.	Masalah Utama Dalam Penciptaan <i>Brand Image</i> ..	30
2.1.5.3.	Faktor Pembentuk <i>Brand Image</i>	32
2.1.5.4.	Dimensi <i>Brand Image</i>	33
2.1.6.	Pengertian Keunggulan Bersaing	34
2.1.6.1.	Konsepsi Keunggulan Bersaing	35
2.1.6.2.	Implementasi Keunggulan Bersaing Pada IKM ...	37
2.2.	Penelitian Terdahulu	39
2.2.1.	Hubungan <i>Service Excellent</i> Terhadap	

	Keunggulan Bersaing	41
	2.2.2. Hubungan Merek Terhadap Keunggulan Bersaing .	41
	2.2.3. Hubungan <i>Brand Image</i> Terhadap Keunggulan Bersaing	42
2.3.	Gambar Kerangka Berpikir	42
2.4.	Hipotesis	43
BAB III	Metode Penelitian	45
3.1.	Pendekatan Penelitian	45
3.2.	Tempat dan Waktu Penelitian	45
3.3.	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	46
	3.3.1. Populasi	46
	3.3.2. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	46
3.4.	Teknik Pengumpulan Data	47
3.5.	Jenis dan Sumber Data	48
3.6.	Variabel Penelitian	49
3.7.	Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel	50
3.8.	Pengukuran Variabel	51
3.9.	Analisis Data	52
	3.9.1. Analisis Statistik Deskriptif	52
	3.9.2. Analisis Verifikatif	53
	3.9.3. Uji Validitas	54
	3.9.4. Uji Reabilitas	54

3.9.5. Uji Asumsi Klasik	55
3.9.6. Regresi Berganda	56
3.9.7. Uji t-test	57
3.9.8. Uji F	58
3.9.9. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	59
BAB IV Hasil Penelitian dan Persembahan	60
4.1. Gambaran Umum PT. JNE	60
4.1.1. Profil Sejarah PT. JNE	60
4.1.2. Visi dan Misi PT. JNE	61
4.2. Hasil Penelitian	62
4.2.1. Hasil Karakteristik Responden	62
4.2.1. Hasil Deskriptif Variabel	68
4.3. Hasil Analisis Data	91
4.3.1. Uji Validitas	91
4.3.2. Uji Reliabilitas	93
4.3.3. Uji Asumsi Klasik	93
4.3.4. Regresi Berganda	97
4.3.5. Uji T	99
4.3.6 Uji F	100
4.3.7. Uji Koefisien Determinasi	101
4.4. Pembahasan	102
BAB V Penutup	106

5.1. Kesimpulan	107
5.2. Saran	108
Daftar Pustaka	109



DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Pra-Penelitian	6
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu	39
Tabel III.1	Definisi Operasional Variabel Penelitian	50
Tabel III.2	Kategori Skala	53
Tabel IV.1	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
Tabel IV.2	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	63
Tabel IV.3	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	64
Tabel IV.4	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	66
Tabel IV.5	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Pelanggan	67
Tabel IV.6	Respek Terhadap Pelanggan	68
Tabel IV.7	Keramahan	69
Tabel IV.8	Kesigapan	69
Tabel IV.9	Kecepatan	70
Tabel IV.10	Kesiapan	71
Tabel IV.11	Pelayanan Yang Baik	71
Tabel IV.12	Ketepatan dan Kecepatan	72
Tabel IV.13	Ketelitian	73

Tabel IV.14	Rata-rata Penilaian Service Excellent	73
Tabel IV.15	Reputasi Baik	74
Tabel IV.16	Kekuatan Pasar	75
Tabel IV.17	Usaha Untuk Berkualitas	76
Tabel IV.18	Harga Yang Bersaing	77
Tabel IV.19	Tepercaya Memiliki Kualitas	77
Tabel IV.20	Lokasi Yang Strategis	78
Tabel IV.21	Rata-rata Penilaian Terhadap Merek	79
Tabel IV. 22	Popularitas Perusahaan	80
Tabel IV.23	Kreabilitas Perusahaan	80
Tabel IV.24	Presepsi Pemakaian Produk	81
Tabel IV.25	Gaya Hidup Pemakai	82
Tabel IV.26	Manfaat Produk	82
Tabel IV.27	Kualitas Produk	83
Tabel IV.28	Rata-rata Penilaian Terhadap Brand Image	84
Tabel IV.29	Reputasi Perusahaan	85
Tabel IV.30	Reputasi Hubungan	85
Tabel IV.31	Penetapan Harga Terbaik	86
Tabel IV.32	Penetapan Potongan Harga	87

Tabel IV.33	Waktu Yang Paling Singkat	87
Tabel IV.34	Tingkat Pengalaman	88
Tabel IV.35	Tingkat Kenyamanan	89
Tabel IV.36	Tingkat Keterkesanan	89
Tabel IV.37	Rata-rata Penilaian Terhadap Keunggulan Bersaing	90
Tabel IV.38	Hasil Uji Validitas	92
Tabel IV.39	Hasil Uji Reliabilitas	93
Tabel IV.40	Hasil Uji Multikolinieritas	95
Tabel IV.41	Hasil Analisis Regresi Berganda	97
Tabel IV.42	Hasil Analisis Uji t	99
Tabel IV.43	Hasil Analisis Uji f	100
Tabel IV.44	Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1	Kerangka Pemikiran	46
Gambar IV.1	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Gambar IV.2	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	64
Gambar IV.3	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	65
Gambar IV.4	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	66
Gambar IV.5	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Pelanggan	67
Gambar IV.6	Hasil Uji Histogram	94
Gambar IV.7	Hasil Uji Plot	94
Gambar IV.8	Hasil Uji Heteroskedastisitas	96

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I Kuesioner Penelitian
- Lampiran II Tabulasi Data
- Lampiran III Hasil Uji Validitas
- Lampiran IV Hasil Uji Realibilitas
- Lampiran V Hasil Uji Asumsi Klasik, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji f dan Koefisien Determiasi
- Lampiran VI Surat Izin Melakukan Penelitian