

**PENGARUH *TANGIBLE* DAN *EMPATHY* TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. TRANS ARMADA
INDONESIA, JAKARTA UTARA**

SKRIPSI

Oleh:

Putri Dhea Jasmine

202010325092



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh *Tangible* Dan *Empathy* Terhadap
Kepuasan Konsumen Pada PT. Trans Armada
Indonesia, Jakarta Utara.

Nama Mahasiswa : Putri Dhea Jasmine

Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325092

Program Studi/Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian : 18 Juli 2024



Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Joseph Martinio Jocien Renwarin, S.E., M.M.

NIDN 0313036802

Widi Winarso, S.E., M.M.

NIDN 0319067606

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Tangible* Dan *Empathy* Terhadap
Kepuasan Konsumen Pada PT. Trans Armada
Indonesia, Jakarta Utara.

Nama Mahasiswa : Putri Dhea Jasmine

Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325092

Program Studi/Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian : 18 Juli 2024

Jakarta, 22 Juli 2024

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., MBA
NIDN : 0309048102

Sekretaris Tim
Penguji : Dr. Andrian, S.E., M.M.
NIDN : 0321077102

Penguji I : Dr. Joseph Martinio Jocien Renwarin, S.E., M.M.
NIDN : 0313036802

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Dekan

Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M

NIDN : 0327037601

Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.AK,

NIDN : 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Tangible* Dan *Empathy* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Trans Armada Indonesia, Jakarta Utara.” adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila pada kemudian hari ditemukan kecurangan pengutipan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberi izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 22 Juli 2024
Yang Membuat Pernyataan



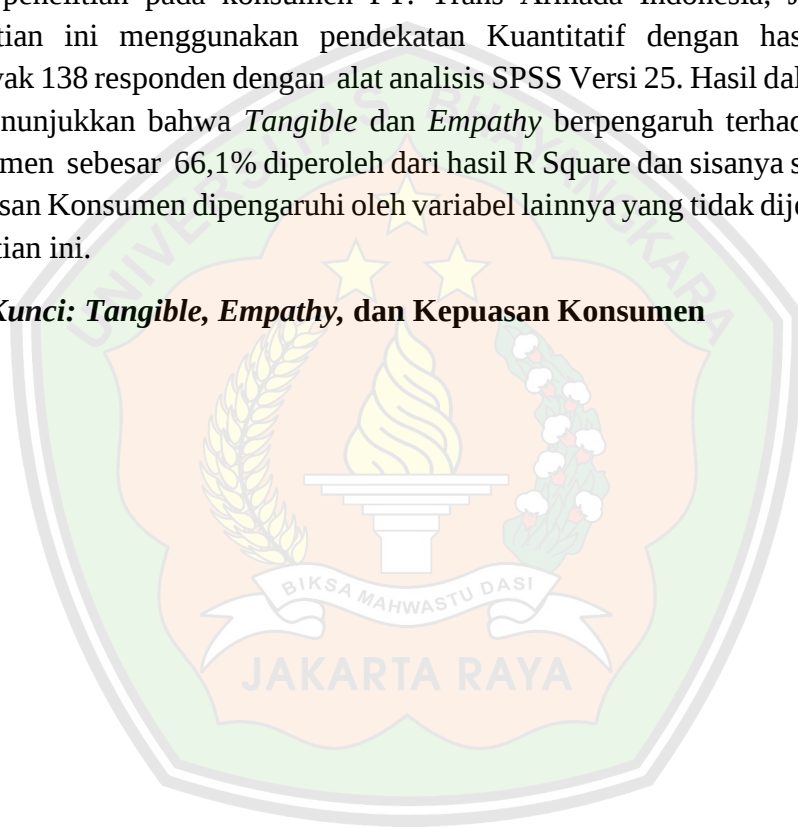
Putri Dhea Jasmine
NPM : 202010325092

ABSTRAK

Putri Dhea Jasmine 202010325092. Pengaruh *Tangible* Dan *Empathy* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Trans Armada Indonesia, Jakarta Utara.

Bisnis rental mobil di Indonesia adalah salah satu jenis bidang industri yang dapat tetap bertahan di tengah permasalahan yang ada walaupun sempat mengalami penurunan di kota kecil hingga di kota besar juga. Salah satunya ialah PT. Trans Armada Indonesia, Jakarta Utara yang dapat keluar dari masa krisis saat masa Pandemi Covid-19 hingga saat ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan analisis pengaruh *Tangible* dan *Empathy* Terhadap Kepuasan Konsumen dengan objek penelitian pada konsumen PT. Trans Armada Indonesia, Jakarta Utara. Penelitian ini menggunakan pendekatan Kuantitatif dengan hasil Kuesioner sebanyak 138 responden dengan alat analisis SPSS Versi 25. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *Tangible* dan *Empathy* berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen sebesar 66,1% diperoleh dari hasil R Square dan sisanya sebesar 33,9% Kepuasan Konsumen dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Tangible*, *Empathy*, dan Kepuasan Konsumen

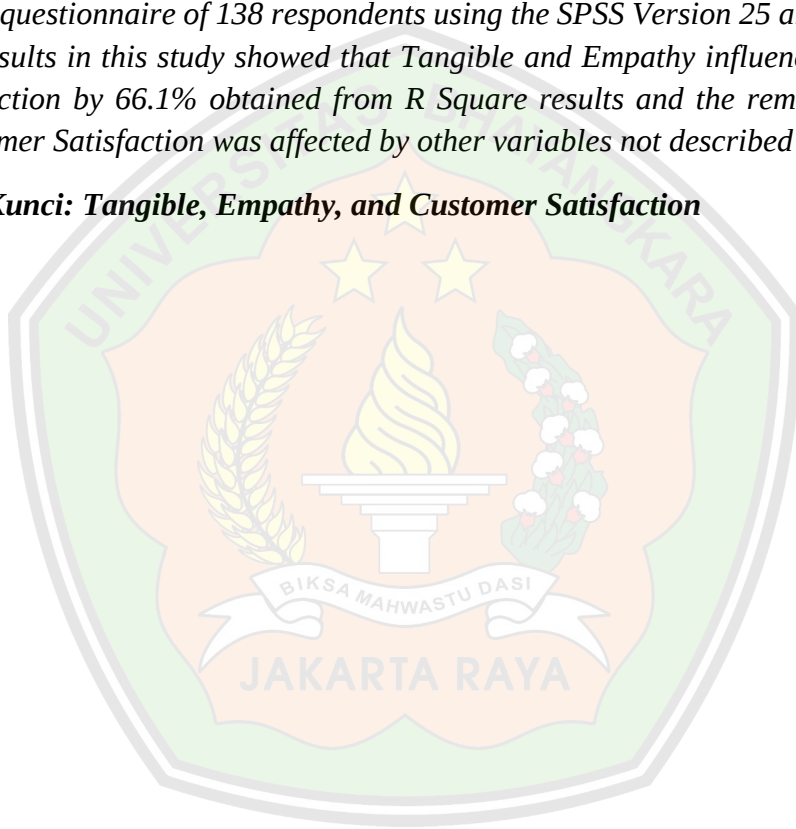


ABSTRACT

Putri Dhea Jasmine 202010325092. *The Influence Of Tangible And Empathy On Customer Satisfaction In PT. Trans Armada Indonesia, North Jakarta.*

The car rental business in Indonesia is one kind of industry that can survive in the midst of the problems that exist even though it has experienced a decline in small cities to big cities as well. One of them is the Trans Fleet of Indonesia, North Jakarta, which is able to get out of the crisis of the Covid-19 pandemic to the present day. This research aims to identify and analyze the impact of Tangible and Empathy on consumer satisfaction with the object of research on consumers PT. Trans Armada Indonesia, North Jakarta. The study uses a quantitative approach with a questionnaire of 138 respondents using the SPSS Version 25 analytical tool. The results in this study showed that Tangible and Empathy influenced consumer satisfaction by 66.1% obtained from R Square results and the remaining 33.9% Consumer Satisfaction was affected by other variables not described in the study.

Kata Kunci: Tangible, Empathy, and Customer Satisfaction



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul **"PENGARUH *TANGIBLE* DAN *EMPATHY* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT.TRANS ARMADA INDONESIA, JAKARTA UTARA"**, guna memenuhi salah satu syarat untuk melanjutkan penelitian tugas akhir. Oleh karena itu, dari hati yang paling dalam penulis menyampaikan ucapan terimakasih khususnya kepada:

1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Prof. Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M., Ph.D., D.Crim (HC) selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
2. Ibu Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak., selaku Kepala Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
3. Ibu Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M., selaku Kaprodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
4. Bapak Jumawan, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing Akademik
5. Bapak Dr. Joseph Martinio Jocrien Renwarin, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing pertama skripsi yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan Skripsi
6. Bapak Widi Winarso, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing kedua skripsi yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan Skripsi

7. Teruntuk kedua Orang tua saya, Alm. Rudy Fakhruddin dan Detty Mustikawati yang telah memberi motivasi, doa, dorongan, bantuan, dukungan secara material serta moral.
8. Teruntuk suami saya Dipa Ramadhan Andianto yang telah memberikan support lahir maupun batin, serta sedia dalam mengasuh anak kami berdua disaat peneliti melaksanakan penelitian skripsi ini
9. Seluruh sahabat peneliti Fania, Vanessa dan Synthia yang telah memberi dukungan serta memberikan hiburan hingga membuat penulis semangat dan optimis.
10. Kepada sahabat jauh peneliti Annisa dan Allaida yang siap sedia mendengar keluh kesah peneliti dalam setiap proses pengerjaan Skripsi dan setiap lika-liku proses Skripsi selama ini.
11. Terimakasih untuk Diri sendiri, karena sudah mampu bertahan sampai akhir dalam penyusunan Skripsi ini

Bekasi, Juli 2024

Putri Dhea Jasmine

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Batasan Masalah.....	8
1.6 Sistematika Penelitian	9
BAB II TELAAH PUSTAKA	11
2.1 Manajemen	11
2.1.1 Pengertian Manajemen.....	11
2.2 Manajemen Pemasaran.....	12
2.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	12
2.3 Jasa	13
2.3.1 Pengertian Jasa	13
2.3.2 Strategi Jasa.....	14
2.3.3 Karakteristik Jasa	15
2.4 Pasar Bisnis	16
2.4.1 Pengertian Pasar Bisnis	16
2.4.2 Karakter Pasar Bisnis	17
2.5 Kualitas Layanan.....	18
2.5.1 Pengertian Kualitas Layanan.....	18
2.5.2 Karakteristik Kualitas Layanan	19
2.5.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Layanan	19

2.5.4	Indikator Kualitas Layanan	21
2.6	<i>Tangible</i>	22
2.6.1	Pengertian <i>Tangible</i>	22
2.6.2	Dimensi <i>Tangible</i>	23
2.7	<i>Empathy</i>	24
2.7.1	Pengertian <i>Empathy</i>	24
2.7.2	Dimensi <i>Empathy</i>	24
2.8	Kepuasan Konsumen.....	25
2.8.1	Pengertian Kepuasan Konsumen.....	25
2.8.2	Dimensi Kepuasan Konsumen	26
2.8.3	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	27
2.8.4	Manfaat Kepuasan Konsumen	28
2.8.5	Indikator Mengukur Kepuasan Konsumen	29
2.9	Penelitian Terdahulu	29
2.10	Kerangka Konseptual	32
2.11	Hipotesis.....	33
BAB III	METODE PENELITIAN	35
3.1	Desain Penelitian.....	35
3.2	Populasi dan Sampel	36
3.2.1	Populasi	36
3.2.2	Sampel.....	36
3.3	Jenis dan Sumber Data	37
3.4	Model Konseptual Penelitian	38
3.5	Definisi Operasional Variabel.....	38
3.5.1	Variabel Dependen.....	39
3.5.2	Variabel Independen	40
3.6	Skala Pengukuran.....	42
3.7	Metode Analisis Data	43
3.7.1	Uji Instrumen Penelitian.....	43
3.7.2	Uji Asumsi Klasik.....	45
3.7.3	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	46
3.7.4	Uji Hipotesis.....	46
3.7.5	Analisis Regresi Linier Berganda	48
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	49

4.1 Hasil	49
4.1.1 Gambaran Umum	49
4.1.2 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner	51
4.1.3 Identitas Responden	52
4.1.4 Uji Instrumen.....	57
4.1.5 Uji Asumsi Klasik	61
4.1.6 Koefisien Determinasi (R^2)	64
4.1.7 Uji Hipotesis.....	65
4.1.8 Uji Regresi Linier Berganda	67
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian	69
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	71
5.1 Simpulan.....	71
5.2 Saran.....	71
5.2.1 Saran Manejerial	71
5.2.2 Saran Peneliti selanjutnya	75
5.3 Keterbatasan Penelitian	75
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN.....	81

DAFTAR TABEL

BAB I

Tabel 1. 1 Alasan Rental Mobil Bertahan	1
---	---

BAB II

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	30
--------------------------------------	----

BAB III

Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	40
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran Likert	42

BAB IV

Tabel 4.1 Hasil Penyebaran Kuesioner	51
Tabel 4.2 Domisili Perusahaan	52
Tabel 4. 3 Jenis Bidang Industri.....	53
Tabel 4. 4 Pemakaian Jasa Responden.....	55
Tabel 4. 5 Jangka Waktu Pemakaian Jasa Responden.....	56
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Tangible	58
Tabel 4. 8 Hasil uji Validitas Empathy	58
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen	58
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas Tangible.....	59
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas Empathy	60
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen.....	60
Tabel 4. 13 Hasil Uji Normalitas	61
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	62
Tabel 4. 15 Hasil Koefisien Determinasi	64
Tabel 4. 16 Hasil Uji f.....	65
Tabel 4. 17 Hasil Uji t.....	66
Tabel 4. 18 Hasil Analisis linier Berganda	67

DAFTAR GAMBAR

BAB I

Gambar 1. 1 Laporan Bidang Industri Pengguna (User) Desember Tahun 2023...	3
Gambar 1. 2 Laporan Jumlah Penjualan (Purchase Order) Tahun 2023.....	4
Gambar 1. 3 Laporan Survey Kepuasan Konsumen	5
Gambar 1. 4 Laporan Keluhan User	5

BAB II

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	33
--------------------------------------	----

BAB III

Gambar 3. 1 Model Konseptual.....	38
-----------------------------------	----

BAB IV

Gambar 4. 1 PT. Trans Armada Indonesia, Jakarta Utara	51
Gambar 4. 2 Domisili Perusahaan Responden	52
Gambar 4. 3 Jenis Bidang Industri Responden	54
Gambar 4. 4 Pemakaian Jasa Responden	55
Gambar 4. 5 Jangka Waktu Pemakaian Jasa Responden	56
Gambar 4. 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas Metode Grafik.....	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Plagiarisme Skripsi.....	82
Lampiran 2 Uji Referensi Skripsi	84
Lampiran 3 Kuesioner.....	89
Lampiran 4 Tabulasi Hasil Kuesioner	95
Lampiran 5 Output SPSS	107
Lampiran 6 R Tabel	116
Lampiran 7 f Tabel.....	117
Lampiran 8 t Tabel	118
Lampiran 9 Daftar Riwayat Hidup.....	119

