

**ANALISIS KEUNGGULAN BERSAING JASA PENGIRIMAN
PAKET MELALUI NILAI PELANGGAN PADA
PT. ELTEHA, INT.LTD DAN PT. POS INDONESIA
DI KEDIRI**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN**



DIAJUKAN OLEH

**EVI THELIA SARI
No. Pokok : 049514844**

**KEPADA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2000**

SKRIPSI

**ANALISIS KEUNGGULAN BERSAING JASA PENGIRIMAN
PAKET MELALUI NILAI PELANGGAN PADA
PT. ELTEHA, INT.LTD DAN PT. POS INDONESIA
DI KEDIRI**

DIAJUKAN OLEH :

EVI THELIA SARI

No. Pokok : 049514844

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING,



DRA. EC SRI WAHYUNI ASTUTI, MS

TANGGAL *27-7-2000*

KETUA PROGRAM STUDI,



DR. H. AMIRUDDIN UMAR, SE

TANGGAL *03-08-2000*

Abstraksi (intisari)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keunggulan bersaing antara PT. ELTEHA dan PT. POS INDONESIA di Kediri melalui nilai pelanggan (*customer value*). Sesuai dengan judul penelitian, yang menjadi unit analisis adalah pelanggan yang sering menggunakan jasa pengiriman paket pada masing-masing perusahaan. Penelitian ini dilakukan mengingat arti penting pemahaman mengenai nilai pelanggan yang merupakan sumber keunggulan bersaing bagi perusahaan (Woodruff, 1997:139). Variabel nilai pelanggan yang digunakan diambil dari Woodruff (1997:142) yang terdiri dari tiga dimensi yaitu atribut dan kinerja atribut yang dinilai melalui 7 variabel, konsekuensi penggunaan dari atribut jasa dinilai melalui 4 variabel dan dimensi ketiga yaitu tujuan pelanggan melalui 1 variabel. Variabel-variabel pada dimensi atribut dan kinerja atribut diambil dari 7-p bauran pemasaran jasa Kotler (1995:557). Model analisis yang digunakan sebagai kerangka berpikir dalam penelitian ini mengacu pada model sederhana nilai pelanggan menurut Woodruff (1997:142). Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis uji beda dua rata-rata dua arah. Sesuai dengan hasil analisis diperoleh kesimpulan bahwa PT.POS INDONESIA memiliki nilai rata-rata yang lebih besar yaitu 4,09 dibandingkan PT. ELTEHA sebesar 3,83. Dengan tingkat kepercayaan 95%, Z_{hit} untuk masing-masing variabel berbeda perlakuannya terhadap H_0 , Z tabel yang digunakan pada uji dua arah sebesar 1,96. Perhitungan uji Z dalam penelitian ini dilakukan secara parsial, masing-masing variabel. Dari perhitungan uji Z, 7 variabel menyatakan menerima H_0 dan 5 variabel lainnya menolak H_0 dan menerima H_1 . Dan untuk mengetahui tingkat perbedaan yang ada secara parsial, maka dapat dilihat pada *mean*-nya. Penolakan H_0 tidak diartikan sama antara X_1 dan X_2 tetapi ada perbedaan *mean* yang terjadi walaupun tidak terlalu besar. Sedangkan untuk uji validitas dan reliabilitas alat ukur dengan menggunakan korelasi product moment dengan taraf signifikansi 5% derajat kebebasan 10 diperoleh nilai kritis sebesar 0,576. Semua variabel respon dinyatakan valid karena lebih besar dari 0,576. Reliabilitas yang didapatkan sebesar 0,8509 lebih besar dari 0,4 dan dinyatakan reliabel. Dengan adanya perbedaan tersebut maka secara parsial penelitian ini menolak H_0 dan menerima H_1 yaitu ada perbedaan yang signifikan antara X_1 dan X_2 .