

**PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *CUSTOMER TRUST* DAN
CORPORATE IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN
PENGUNAAN JASA *FREIGHT FORWARDING* PADA
PT MITRA KARGO INDONESIA**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Pendidikan
Program D-IV (Sarjana Terapan) Manajemen dan Administrasi Logistik
Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro**



Disusun oleh:

Nama : Hilmi Nashrulloh

NIM : 40011319650138

**PROGRAM STUDI D-IV (SARJANA TERAPAN)
MANAJEMEN DAN ADMINISTRASI LOGISTIK
DEPARTEMEN BISNIS DAN KEUANGAN
SEKOLAH VOKASI
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

2023

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

إِنَّمَا الْأَعْمَالُ بِالنِّيَّةِ

Innamal a'malu binniyat

“Sesungguhnya segala perbuatan itu bergantung pada niatnya.”

(HR Bukhari dan Muslim)

PERSEMBAHAN

Penulis mempersembahkan tugas akhir ini untuk:

1. Mamah saya tercinta Amin Salfah dan Ayah saya Bakhuri,
2. Adik saya Almarhumah Hilyatur Rahmah Della yang saya sayangi.

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : Pengaruh *Service Quality*, *Customer Trust* Dan
Corporate Image Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa
Freight Forwarding Pada PT Mitra Kargo Indonesia

Nama : Hilmi Nashrulloh

NIM : 40011319650138

Program Studi : D4 Manajemen dan Administrasi Logistik

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan D-IV
(Sarjana Terapan) Manajemen dan Administrasi Logistik Sekolah Vokasi
Universitas Diponegoro.

Dosen Pembimbing:
Titik Djumiarti, S.Sos., M.Si.
NIP. 197009251994032001

(..........)

Dosen Penguji 1:
Riandhita Eri Werdani, S.M.B., M.S.M.
NIP. H.7.199003312018072001

(..........)

Dosen Penguji 2:
Stacia Reviany Mege, S.E., M.S.M.
NIP. 199107092018072001

(..........)

Semarang, 3 Agustus 2023
Ketua Program Studi



Dr. Edy Raharja, SE, M.Si.
NIP. 197004251997021001

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hilmi Nashrulloh
Nomer Induk Mahasiswa : 40011319650138
Tempat/Tanggal Lahir : Brebes, 2 Januari 2001
Program Studi : D4 Manajemen dan Administrasi Logistik
Alamat : Jl. Zaenal Arifin Barat RT 05/02, Pebatan, Kec.
Wanasari, Kab. Brebes

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah tugas akhir yang saya tulis dengan judul: Pengaruh *Service Quality*, *Customer Trust* dan *Corporate Image* Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa *Freight Forwarding* Pada PT Mitra Kargo Indonesia adalah benar-benar hasil karya ilmiah tulisan saya sendiri, bukan hasil karya ilmiah orang lain.

Apabila dikemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis ini terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri melainkan hasil menjiplak karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan karya ilmiah dengan seluruh implikasinya sebagai akibat dari kecurangan yang telah saya lakukan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, 28 Juni 2023
Pembuat pernyataan

Hilmi Nashrulloh
40011319650138

ABSTRAK

Munculnya fenomena persaingan bisnis yang ketat pada industri jasa *freight forwarding* memicu dorongan untuk bersaing dengan kompetitor demi menjaga eksistensi dan daya saing dari perusahaan. Dalam kasus ini PT Mitra Kargo Indonesia mengalami peningkatan dan penurunan jumlah pengguna dalam satu tahun terakhir. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan penggunaan jasa pada pengguna PT Mitra Kargo Indonesia. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna layanan jasa *freight forwarding* pada PT Mitra Kargo Indonesia. Sampel pada penelitian ini berjumlah 40 responden. Metode pengumpulan data menggunakan data primer dalam bentuk kuesioner. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) *service quality* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa, 2) *customer trust* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa, 3) *corporate image* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa, dan dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa *service quality*, *customer trust* dan *corporate image* mempengaruhi keputusan penggunaan jasa *freight forwarding* pada PT Mitra Kargo Indonesia.

Kata kunci: *Corporate Image, Customer Trust, Freight Forwarding, Keputusan Penggunaan Jasa, Service Quality.*

ABSTRACT

The emergence of the phenomenon of intense business competition in the freight forwarding service industry triggers an urge to compete with competitors in order to maintain the existence and competitiveness of the company. In this case PT Mitra Kargo Indonesia has experienced an increase and decrease in the number of users in the last year. The purpose of this study is to determine and analyze what factors can influence the decision to use services for users of PT Mitra Kargo Indonesia. The population in this study were users of freight forwarding services at PT Mitra Kargo Indonesia. The sample in this study amounted to 40 respondents. The data collection method uses primary data in the form of a questionnaire. This study uses multiple linear regression analysis methods. The results of this study indicate that 1) service quality has a significant effect on service usage decisions, 2) customer trust has a significant effect on service usage decisions, 3) corporate image has a significant effect on service usage decisions, and from this research it can be concluded that service quality, customer trust and corporate image influence the decision to use freight forwarding services at PT Mitra Kargo Indonesia.

Keywords: Corporate Image, Customer Trust, Freight Forwarding, Service Quality, Service Usage Decision.

KATA PENGANTAR

Atas Berkat Rahmat Allah yang Maha Kuasa penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Pengaruh *Service Quality*, *Customer Trust* dan *Corporate Image* Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa *Freight Forwarding* Pada PT Mitra Kargo Indonesia”. Tugas akhir ini merupakan salah satu syarat untuk menempuh Gelar Sarjana Terapan Program Diploma IV Manajemen dan Administrasi Logistik Fakultas Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang turut membantu dalam proses menyelesaikan tugas akhir ini, yakni:

1. Prof. Dr. Ir. Budiyo, M.Si. selaku Dekan Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro;
2. Dr. Edy Raharja, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen dan Administrasi Logistik, Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro;
3. Nurul Imani Kurniawati, S.E., M.M. selaku dosen wali penulis yang membantu mengarahkan penulis selama proses kegiatan akademik;
4. Titik Djumiarti S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing penulis yang senantiasa memberikan dukungan arahan dan masukan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik;
5. Riandhita Eri Werdani, S.M.B., M.S.M. dan Stacia Reviany Mege, S.E., M.S.M. selaku dosen penguji tugas akhir;
6. Orang Tua penulis yang telah memberikan dukungan selama penulis menyelesaikan tugas akhir;
7. Teman seperjuangan penulis yang telah memberikan dukungan penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini;

8. Semua pihak yang terkait untuk keseluruhan proses penyusunan tugas akhir;
9. Seluruh stakeholder PT Mitra Kargo Indonesia yang telah berkontribusi untuk pada penyusunan tugas akhir, dan;
10. Kepada seluruh pihak yang turut membantu dalam proses penyusunan tugas akhir ini dan tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih belum sempurna. Oleh karena itu, kritik saran yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi siapa pun yang membacanya.

Semarang, 28 Juni 2023

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Kegunaan Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA KONSEPTUAL PENELITIAN	12
2.1 Kajian Teori.....	12
2.1.1 Keputusan Penggunaan Jasa (Y).....	12
2.1.2 <i>Service Quality</i> (X1)	16
2.1.3 <i>Customer Trust</i> (X2).....	21
2.1.4 <i>Corporate Image</i> (X3)	26
2.1.5 Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa.....	30
2.1.6 Pengaruh <i>Customer Trust</i> Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa.....	31
2.1.7 Pengaruh <i>Corporate Image</i> Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa.....	32
2.1.8 Pengaruh <i>Service Quality, Customer Trust, Corporate Image</i> Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa	33
2.2 Kajian Penelitian Terdahulu (KPT).....	35
2.3 Model Penelitian/Kerangka Konseptual Penelitian.....	42
2.4 Hipotesis.....	46
BAB III METODE PENELITIAN.....	47
3.1 Rancangan Penelitian	47
3.2 Definisi Operasional Variabel dan Indikator Variabel.....	49
3.2.1 Variabel Dependen	49

3.2.2 Variabel Independen	49
3.2.3 Skala.....	52
3.3 Populasi dan Sampel	53
3.3.1 Populasi.....	53
3.3.2 Sampel	53
3.4 Teknik Pengumpulan Data	54
3.5 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	55
3.5.1 Uji Validitas.....	55
3.5.2 Uji Reliabilitas	55
3.6 Teknik Analisis Data	56
3.6.1 Uji Statistik Deskriptif.....	57
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	57
3.6.3 Uji Regresi Berganda.....	60
3.6.4 Uji Model.....	60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	64
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	64
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	64
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	65
4.1.3 Layanan Jasa Perusahaan.....	65
4.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan.....	69
4.2 Deskripsi Responden.....	70
4.2.1 Statistik Responden Berdasarkan Bidang Usaha.....	70
4.2.2 Statistik Responden Berdasarkan Lokasi Usaha.....	71
4.2.3 Statistik Responden Berdasarkan Tujuan Penggunaan Jasa	72
4.2.4 Statistik Responden Berdasarkan Jasa Yang Digunakan.....	72
4.2.5 Statistik Responden Berdasarkan Rentang Frekuensi Pembelian Ulang Jasa.....	73
4.2.6 Statistik Responden Berdasarkan Rentang Waktu Menjadi Pengguna Jasa	74
4.3 Analisis Deskriptif.....	74
4.3.1 Statistik Deskripsi Jawaban Kuesioner <i>Service Quality</i>	75
4.3.2 Statistik Deskripsi Jawaban Kuesioner <i>Customer Trust</i>	79
4.3.3 Statistik Deskripsi Jawaban Kuesioner <i>Corporate Image</i>	83
4.3.4 Statistik Deskripsi Jawaban Kuesioner Keputusan Penggunaan Jasa.....	87
4.4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	91
4.4.1 Hasil Uji Validitas	91

4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	93
4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	94
4.5.1 Hasil Uji Normalitas	94
4.5.2 Hasil Uji Multikolinieritas	96
4.5.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	97
4.6 Hasil Uji Regresi Berganda.....	98
4.7 Hasil Uji Model.....	100
4.7.1 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	100
4.7.2 Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)..	101
4.7.3 Hasil Uji Signifikansi Anova (Uji Statistik F).....	103
4.8 Pembahasan.....	104
4.8.1 <i>Service Quality</i> (X1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa di PT Mitra Kargo Indonesia (Y).....	104
4.8.2 <i>Customer Trust</i> (X2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa di PT Mitra Kargo Indonesia (Y).....	105
4.8.3 <i>Corporate Image</i> (X3) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa di PT Mitra Kargo Indonesia (Y).....	106
4.8.4 <i>Service Quality</i> (X1), <i>Customer Trust</i> (X2) dan <i>Corporate Image</i> (X3) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa di PT Mitra Kargo Indonesia (Y)	107
4.9 Output Penelitian Terapan.....	108
BAB V PENUTUP.....	113
5.1 Kesimpulan.....	113
5.2 Saran.....	114
DAFTAR PUSTAKA	116
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	118

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pertumbuhan Sektor Transportasi dan Pergudangan Tahun 2022	2
Tabel 1. 2 Penjualan Jasa PT Mitra Kargo Indonesia Tahun 2020-2022.....	4
Tabel 2. 1 Kajian Penelitian Terdahulu (KPT)	35
Tabel 3. 1 Skala Penelitian.....	52
Tabel 4. 1 Statistik Responden Berdasarkan Bidang Usaha	71
Tabel 4. 2 Statistik Responden Berdasarkan Lokasi Usaha.....	71
Tabel 4. 3 Statistik Responden Berdasarkan Tujuan Penggunaan Jasa	72
Tabel 4. 4 Statistik Responden Berdasarkan Jasa Yang Digunakan.....	72
Tabel 4. 5 Statistik Responden Berdasarkan Rentang Frekuensi Pembelian Ulang Jasa.....	73
Tabel 4. 6 Statistik Responden Berdasarkan Rentang Waktu Menjadi Pengguna Jasa.....	74
Tabel 4. 7 Hasil Uji Analisis Deskriptif.....	75
Tabel 4. 8 Indikator Keandalan Pernyataan X1.1	75
Tabel 4. 9 Indikator Keandalan Pernyataan X1.2	76
Tabel 4. 10 Indikator Daya Tanggap Pernyataan X1.3.....	76
Tabel 4. 11 Indikator Daya Tanggap Pernyataan X1.4.....	77
Tabel 4. 12 Indikator Jaminan Pernyataan X1.5	77
Tabel 4. 13 Indikator Jaminan Pernyataan X1.6	78
Tabel 4. 14 Indikator Bukti Fisik Pernyataan X1.7	78
Tabel 4. 15 Indikator Bukti Fisik Pernyataan X1.8	79
Tabel 4. 16 Indikator Kemampuan Pernyataan X2.1	79
Tabel 4. 17 Indikator Kemampuan Pernyataan X2.2.....	80
Tabel 4. 18 Indikator Integritas Pernyataan X2.3	80
Tabel 4. 19 Indikator Integritas Pernyataan X2.4	81
Tabel 4. 20 Indikator Kejujuran Pernyataan X2.5	81
Tabel 4. 21 Indikator Kejujuran Pernyataan X2.6	82
Tabel 4. 22 Indikator Empati Pernyataan X2.7	82
Tabel 4. 23 Indikator Empati Pernyataan X2.8.....	83
Tabel 4. 24 Indikator Kepribadian Pernyataan X3.1.....	83
Tabel 4. 25 Indikator Kepribadian Pernyataan X3.2.....	84
Tabel 4. 26 Indikator Reputasi Pernyataan X3.3	84
Tabel 4. 27 Indikator Reputasi Pernyataan X3.4	85
Tabel 4. 28 Indikator Nilai Pernyataan X3.5	85
Tabel 4. 29 Indikator Nilai Pernyataan X3.6	86
Tabel 4. 30 Indikator Identitas Pernyataan X3.7.....	86
Tabel 4. 31 Indikator Identitas Pernyataan X3.8.....	87
Tabel 4. 32 Indikator Frekuensi Pembelian Pernyataan Y.1.....	87
Tabel 4. 33 Indikator Frekuensi Pembelian Pernyataan Y.2.....	88
Tabel 4. 34 Indikator Loyalitas Pelanggan Pernyataan Y.3.....	88
Tabel 4. 35 Indikator Loyalitas Pelanggan Pernyataan Y.4.....	89
Tabel 4. 36 Indikator Kemudahan Akses Pernyataan Y.5	89
Tabel 4. 37 Indikator Kemudahan Akses Pernyataan Y.6	89
Tabel 4. 38 Indikator Responsivitas Layanan Pernyataan Y.7	90
Tabel 4. 39 Indikator Responsivitas Layanan Pernyataan Y.8	90
Tabel 4. 40 Hasil Uji Validitas <i>Service Quality</i>	91

Tabel 4. 41 Hasil Uji Validitas <i>Customer Trust</i>	91
Tabel 4. 42 Hasil Uji Validitas <i>Corporate Image</i>	92
Tabel 4. 43 Hasil Uji Validitas Keputusan Penggunaan Jasa	92
Tabel 4. 44 Hasil Uji Reliabilitas <i>Service Quality</i>	93
Tabel 4. 45 Hasil Uji Reliabilitas <i>Customer Trust</i>	93
Tabel 4. 46 Hasil Uji Reliabilitas <i>Corporate Image</i>	93
Tabel 4. 47 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Penggunaan Jasa.....	93
Tabel 4. 48 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov.....	96
Tabel 4. 49 Hasil Uji Multikolinieritas	97
Tabel 4. 50 Hasil Uji Heteroskedastisitas <i>Glejser</i>	98
Tabel 4. 51 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	99
Tabel 4. 52 Hasil Uji Koefisien Determinasi	101
Tabel 4. 53 Hasil Uji Statistik t.....	102
Tabel 4. 54 Hasil Uji Statistik F.....	104
Tabel 4. 55 Output Penelitian Terapan (Instruksi Kerja).....	109

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Hubungan <i>Service Quality</i> dan Keputusan Penggunaan Jasa	43
Gambar 2. 2 Hubungan <i>Customer Trust</i> dan Keputusan Penggunaan Jasa	44
Gambar 2. 3 Hubungan <i>Corporate Image</i> dan Keputusan Penggunaan Jasa	45
Gambar 2. 4 Kerangka Konseptual Penelitian	45
Gambar 3. 1 Rancangan Penelitian Kuantitatif.....	48
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan	64
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Perusahaan	70
Gambar 4. 3 Hasil Uji Normalitas Grafik Normal P-P Plot.....	95

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian.....	118
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	119
Lampiran 3 Tabulasi Data.....	123
Lampiran 4 Hasil Karakteristik Responden	127
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas	128
Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas	130
Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	132
Lampiran 8 Hasil Uji Analisis Data.....	133