



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN
PELANGGAN (Studi Pada Pengguna Jasa Pengiriman Surat Kilat Khusus
PT. Pos Indonesia di Kota Semarang)**

SKRIPSI

**Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan
Pendidikan Strata I
Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**

Penyusun:

Fitria Larasati

14020216120024

**ILMU ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

2020

**SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI/TA*)**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

1. Nama Lengkap : Fitria Larasati
2. Nomor Induk Mahasiswa : 14020216120024
3. Tempat / Tanggal Lahir : Pekalongan, 1 Februari 1999
4. Jurusan / Program Studi : S-1 Administrasi Bisnis
5. Alamat : Jalan Hayam Wuruk, Pesindon Gg 2 No.16
Pekalongan, Jawa Tengah 51113

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Skripsi) yang saya tulis berjudul:

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pengguna Jasa Pengiriman Surat Kilat Khusus PT. Pos Indonesia di Kota Semarang)

Adalah benar **Hasil Karya Saya Sendiri**, bukan hasil karya ilmiah orang lain atau jiplakan karya ilmiah orang lain.

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

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

Semarang, 22 September 2020
Pembuat Pernyataan,



Fitria Larasati

NIM. 14020216120024

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pengguna Jasa Pengiriman Surat Kilat Khusus PT. Pos Indonesia di Kota Semarang)**

Nama Penyusun : Fitria Larasati

NIM : 14020216120024

Departemen : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata I pada Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.

Semarang, 22 September 2020

Dekan



Dr. Hadi Warsono. M.T.P
NIP. 19640827 199001 1 001

Wakil Dekan I



Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol. Admin
NIP. 19690822 199403 1 003

Dosen Pembimbing:

1. Dr. Dra. Sri Suryoko, M.Si


(.....)

Dosen Penguji:

1. Widayanto, S.Sos, M.Si


(.....)

2. Prof. Dr. Naili Farida, M.Si


(.....)

3. Dr. Dra. Sri Suryoko, M.Si


(.....)

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

وَعَسَا أَنْ تَكْرَهُوا شَيْئًا وَهُوَ خَيْرٌ لَكُمْ وَعَسَا أَنْ تُحِبُّوا شَيْئًا وَهُوَ شَرٌّ لَكُمْ

"Boleh jadi kamu membenci sesuatu namun ia amat baik bagimu dan boleh jadi engkau mencintai sesuatu namun ia amat buruk bagimu, Allah Maha Mengetahui sedangkan kamu tidak mengetahui." - Q. S Al Baqarah: 216.

"If you don't go after what you want, you'll never have it. And if you don't ask, the answer is always no. Also if you don't step forward, you're always in the same place." - Nora Roberts.

PERSEMBAHAN

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena berkat rahmat dan kuasanya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua Orang tua tercinta, Terimakasih Ayah dan Ibu atas perjuangan untuk senantiasa memberikan kebahagiaan untuk anak-anaknya, senantiasa memberikan doa, dukungan, nasihat, kepercayaan dan kasih sayang yang tulus yang menjadi motivasi dan semangat saya.
2. Adik saya satu-satunya, Nafa, yang selalu memberikan semangat dan candaan ketika di rumah. Terimakasih telah menjadi adik sekaligus teman yang baik yang selalu ada untuk saya.
3. Sahabat-sahabat saya, Maya, Tinezia, Adys, Azka, Ulfi, dan Arin, yang selalu ada saat senang maupun sedih dan selalu menyemangati saya. Terimakasih telah memberikan warna dan menjadi bagian dari cerita hidup saya.
4. Teman dan sahabat saya di perkuliahan, Fanni, Maydita, Maharani, Ana, dan Iza yang telah menemani dan memberikan keseruan sejak awal masuk perkuliahan.
5. Teman-teman saya, Via, Syafa, Nadhila, Fahmi, Ican yang selalu menyemangati saya dalam proses penyusunan skripsi.

6. Teman-teman Kos Griya Putri, Naning Choiri dan Anindia Lulu yang telah menjadi teman yang baik dan selalu menemani saya selama di kota rantau.
7. Teman-teman seperbimbingan, Putri, Imas, Mutia, Resi, Iva, dan Novia yang telah saling membantu dan saling menyemangati.
8. Kak Ayesha, Kak Pandini dan Mas Shandy yang telah bersedia memberikan dukungan, saran dan banyak memberikan pelajaran mengenai dunia bisnis yang sesungguhnya.
9. Teman-teman Administrasi Bisnis Angkatan 2016 yang telah menjadi teman dan keluarga selama di perkuliahan. Semoga Allah SWT mempermudah jalan kita untuk meraih cita-cita dan mimpi kita.
10. Teman-teman KKN TIM II 2019 Desa Trimulyo, Kec. Kayen, Kab. Pati yaitu: Fariza, Melly, Maynanda, Fairuz, Nisa, Wanikmah, Regina, Bhara, Satria, Hilmy yang telah memberikan kenangan, menambah keseruan, dan menjadi bagian dari cerita di dunia perkuliahan saya.

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN
PELANGGAN (Studi pada Pengguna Jasa Pengiriman Surat Kilat Khusus
PT. Pos Indonesia di Kota Semarang)**

ABSTRAK

Pertumbuhan perusahaan jasa pengiriman dalam beberapa tahun membuat persaingan semakin ketat. PT. Pos Indonesia sebagai perusahaan jasa pengiriman BUMN pada tahun 2018-2019 menduduki posisi *Top Brand* ke-4 setelah kemunculan berbagai perusahaan jasa pengiriman swasta. Dengan beragamnya pilihan perusahaan jasa pengiriman yang ada di Indonesia memberikan peluang kepada pelanggan untuk mengevaluasi dan memilih jasa pengiriman mana yang akan digunakannya yang pada akhirnya memicu loyalitas pelanggan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung antara Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan pada pengguna jasa pengiriman Surat Kilat Khusus PT. Pos Indonesia di Kota Semarang.

Tipe penelitian ini adalah *explanatory research*, dengan sampel sebanyak 100 responden pengguna Surat Kilat Khusus PT. Pos Indonesia di Kota Semarang. Teknik pengumpulan data adalah kuesioner dan studi kepustakaan. Metode penelitian yang digunakan yaitu teknik *Accidental Sampling* dengan metode *Purposive Sampling*. Penelitian menggunakan teknik analisis *Partial Least Square*, pengujian mediasi menggunakan *Variance Accounted For (VAF)* dan indikator *Fit Model (Model of Indices)*, yang diestimasi dengan program WarpPLS 6.0.

Berdasarkan hasil analisis olah data dengan WarpPLS menjelaskan bahwa hasil uji pengaruh langsung antara kualitas pelayanan, citra merek terhadap kepuasan pelanggan pada model penelitian ini menunjukkan hasil pengaruh positif dan signifikan. Hasil uji pengaruh langsung antara kualitas pelayanan, citra merek, kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada model penelitian ini menunjukkan hasil pengaruh positif dan signifikan. Hasil uji pengaruh tidak langsung antara kualitas pelayanan dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan juga menunjukkan hasil positif dan signifikan. Pengaruh kepuasan pelanggan sebagai variabel pemediasi dalam model penelitian ini adalah *parsial mediation*.

Saran yang diajukan dalam penelitian ini adalah PT. Pos Indonesia hendaknya dapat meningkatkan respon *customer service* dalam menangani pengaduan, meningkatkan kecepatan dan ketepatan waktu pengiriman surat, sosialisasi yang lebih gencar mengenai jenis layanan yang ditawarkan, serta melakukan inovasi dan mengikuti tren perkembangan jasa pengiriman yang ada.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan

**THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND BRAND IMAGE TO
CUSTOMER LOYALTY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION
(Study on Users of Special Express Mail Delivery Service PT. Pos Indonesia in
Semarang City)**

ABSTRACT

The growth of the delivery services in a few years has made competition more intense. PT. Pos Indonesia as a BUMN delivery service company in 2018-2019 occupy the position of the 4th Top Brand after the emergence of various private delivery services companies. With the diverse selection of delivery services in Indonesia provides an opportunity for customer to evaluate and choose which delivery services to use that ultimately trigger customer loyalty. The purpose of this study is to examine the direct and indirect effects of service quality, brand image, customer satisfaction, and customer loyalty.

This type of research is explanatory research, with a sample of 100 respondents Special Express Mail users PT. Pos Indonesia in Semarang city. Data collection techniques are questionnaires and literature study. This research used accidental sampling technique with purposive sampling as its methodology. This research used a Partial Least Square analysis technique, mediation test by using Variance Accounted For (VAF) and Fit Model Indicator by using WarpPLS 6.0 program.

Based on the result of data analysis by using Warp PLS, it indicates that the direct effect test between service quality, brand image to customer satisfaction in this research model shows a positive and significant results. The result of direct effect test between service quality, brand image, customer satisfaction to customer loyalty in this research model shows a positive and significant results. The result of indirect effect test between service quality and brand image to customer loyalty through customer satisfaction also shows a positive and significant results. The influence of customer satisfaction as the mediating variable in this research model is parsial mediation.

Suggestions proposed in this study are PT. Pos Indonesia should be able to improve customer service response to the handling of complaints, improve the speed and timeliness of mail delivery, improving socialization to customers about the types of service offered, doing innovation and following the trend of delivery services.

Keywords: Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya junjatkan kepada Allah SWT atas limpahan berkat, rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik sebagai salah satu syarat untuk memenuhi pendidikan Strata 1 Administrasi Bisnis Universtas Diponegoro.

Saya Sadar bahwa penulisan skripsi dengan judul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pengguna Jasa Pengiriman Surat Kilat Khusus PT. Pos Indonesia di Kota Semarang)”** ini tidak lepas dari adanya kerjasama dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segenap kerendahan hati, pada kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung saya dalam proses penyelesaian penelitian ini.

Pada kesempatan ini, penulis juga ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan bantuan, saran dan kritik serta doa sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan lancar dan dapat diselesaikan dengan baik, khususnya kepada:

1. Dr. Drs. Hadi Warsono, MTP. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
2. Bulan Prabawani, S.Sos, MM, Ph.D. selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi dan membantu selama masa perkuliahan.
3. Dr. Dra. Sri Suryoko, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Widayanto, S.Sos, M.Si selaku dosen penguji yang telah memberikan kritikan dan saran yang membangun dalam penulisan skripsi.
5. Prof. Dr. Naili Farida, M.Si selaku dosen wali sekaligus dosen penguji yang telah membantu penulis selama masa perkuliahan serta memberikan kritikan dan saran yang membangun dalam penulisan skripsi.

6. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, khususnya dosen departemen Administrasi Bisnis Undip yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan.
7. Seluruh responden yang telah baik hati mengisi kuesioner yang telah saya berikan.
8. Serta berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu dan tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran konstruktif sangat penulis harapkan guna tercapainya hasil yang bermanfaat bagi banyak pihak. Semoga skripsi ini memberikan manfaat nyata bagi kemajuan bersama.

Semarang, 22 September 2020

Penyusun



Fitria Larasati

NIM. 14020216120024

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
SURAT PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	12
1.3. Tujuan Penelitian	14
1.4. Kegunaan Penelitian	15
1.5. Kerangka Teori	16
1.5.1. Pemasaran.....	16
1.5.2. Perilaku Konsumen.....	17
1.5.3. Kualitas Pelayanan.....	20
1.5.4. Citra Merek.....	24
1.5.5. Kepuasan Pelanggan	27
1.5.6. Loyalitas Pelanggan.....	31
1.6. Pengaruh Antar Variabel.....	35
1.6.1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan	35
1.6.2. Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan.....	36
1.6.3. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	37
1.6.4. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	38
1.6.5. Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan.....	39
1.7. Penelitian Terdahulu	40

1.8.	Hipotesis.....	42
1.9.	Definisi Konsep	43
1.9.1.	Kualitas Pelayanan.....	44
1.9.2.	Citra Merek.....	44
1.9.3.	Kepuasan Pelanggan	44
1.9.4.	Loyalitas Pelanggan.....	44
1.10.	Definisi Operasional	45
1.10.1.	Kualitas Pelayanan.....	45
1.10.2.	Citra Merek	47
1.10.3.	Kepuasan Pelanggan	47
1.10.4.	Loyalitas Pelanggan.....	48
1.11.	Metode Penelitian	48
1.11.1.	Tipe Penelitian.....	48
1.11.2.	Populasi dan Sampel	49
1.11.2.1.	Populasi	49
1.11.2.2.	Sampel.....	49
1.11.3.	Teknik Pengambilan Sampel.....	50
1.11.4.	Jenis dan Sumber Data.....	51
1.11.4.1.	Jenis Data	51
1.11.4.2.	Sumber Data	51
1.11.5.	Skala Pengukuran	53
1.11.6.	Teknik Pengumpulan Data.....	54
1.11.7.	Instrumen Penelitian	55
1.11.8.	Teknik Pengolahan Data	56
1.11.9.	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	57
1.11.9.1.	Uji Validitas.....	57
1.11.9.2.	Uji Reliabilitas	58
1.11.10.	Teknik Analisis Data.....	59
1.11.10.1.	Analisis Kualitatif	59
1.11.10.2.	Analisis Kuantitatif	59
1.11.10.3.	Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	59

1.11.11.	Analisis Metode VAF	65
1.11.12.	Indikator Fit Model (<i>Model of Indices</i>).....	66
BAB II	GAMBARAN UMUM PT. POS INDONESIA DAN PROFIL RESPONDEN.....	67
2.1.	Sejarah Perusahaan	67
2.2.	Visi dan Misi PT. Pos Indonesia.....	69
2.3.	Logo PT. Pos Indonesia	71
2.4.	Struktur Organisasi	73
2.5.	Deskripsi Jabatan	74
2.6.	Profil Usaha	85
2.7.	Identitas Responden	94
2.7.1.	Responden Berdasarkan Usia	95
2.7.2.	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	95
2.7.3.	Responden Berdasarkan Pekerjaan	96
2.7.4.	Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	97
2.7.5.	Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Jasa Surat Kilat Khusus.....	97
2.7.6.	Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan	98
2.7.7.	Daftar Perusahaan Jasa Pengiriman Surat yang Digunakan Selain Pos Indonesia	99
BAB III	PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN (Studi Pada Pengguna Jasa Pengiriman Surat Kilat Khusus PT. Pos Indonesia di Kota Semarang)	100
3.1.	Evaluasi Outer Model (<i>Measurement Model</i>)	101
3.1.1	Evaluasi Konstruk <i>First Order</i>	101
3.1.1.1.	Validitas Konvergen (<i>Convergent Validity</i>) <i>First Order</i>	101
3.1.1.2.	Validitas Diskriminan (<i>Discriminant Validity</i>) <i>First Order</i>	104
3.1.1.3.	Uji Reliabilitas <i>First Order</i>	105
3.1.2.	Evaluasi Konstruk <i>Second Order</i>	106
3.1.2.1.	Validitas Konvergen (<i>Convergent Validity</i>) <i>Second Order</i>	106
3.1.2.2.	Validitas Diskriminan (<i>Discriminant Validity</i>) <i>Second Order</i>	108

3.1.2.3.	Uji Reliabilitas <i>Second Order</i>	109
3.2.	Persepsi Responden mengenai Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan	110
3.2.1.	Variabel Kualitas Pelayanan.....	110
3.2.1.1.	Bukti Fisik (<i>Tangible</i>).....	111
3.2.1.1.1.	Kebersihan Ruang Tunggu Kantor Pos Indonesia.....	111
3.2.1.1.2.	Kualitas Bangunan Kantor Pos Indonesia	112
3.2.1.1.3.	Kerapian Karyawan dalam Berpenampilan.....	112
3.2.1.1.4.	Sistem Antrian yang Baik	113
3.2.1.2.	Keandalan (<i>Reliability</i>)	115
3.2.1.2.1.	Pengiriman Surat Sampai Pada Tujuan Sesuai dengan Estimasi Waktu yang Dijadwalkan	115
3.2.1.2.2.	Pelayanan yang Benar Pada Waktu Pertama Kali Menggunakan Jasa	116
3.2.1.2.3.	Kecepatan Karyawan dalam Memberikan Pelayanan Kepada Pelanggan	117
3.2.1.2.4.	Ketanggapan Karyawan dalam Melayani Keluhan Pelanggan.....	118
3.2.1.2.5.	Pengiriman Surat Terjamin Bahwa Surat Tidak Akan Hilang atau Rusak.....	118
3.2.1.3.	Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	121
3.2.1.3.1.	Kesediaan Karyawan dalam Mendengarkan Keluhan Pelanggan	121
3.2.1.3.2.	Respon Karyawan dalam Menangani Pengaduan Pelanggan.....	122
3.2.1.3.3.	Kejelasan Informasi yang Diberikan Karyawan Kepada Pelanggan	123
3.2.1.3.4.	Karyawan Memberikan Informasi yang Mudah Dipahami oleh Pelanggan	124
3.2.1.4.	Jaminan (<i>Assurance</i>)	126
3.2.1.4.1.	Penguasaan Pengetahuan yang Dimiliki oleh Karyawan dalam Melayani Pelanggan.....	126
3.2.1.4.2.	Keterampilan Karyawan dalam Melayani Pelanggan.....	127
3.2.1.4.3.	Kesopanan dan Keramahan Karyawan dalam Melayani Pelanggan	128
3.2.1.5.	Empati (<i>Empathy</i>)	130
3.2.1.5.1.	Karyawan Memberikan Pelayanan dan Perhatian Kepada Pelanggan Tanpa Memandang Status Sosial Pelanggan.....	130

3.2.1.5.2.	Kemampuan Karyawan Dalam Berkomunikasi Dengan Pelanggan	131
3.2.2.	Variabel Citra Merek	133
3.2.2.1.	Jasa Pengiriman Surat yang Dapat Dipercaya.....	133
3.2.2.2.	Logo Pos Indonesia Mudah Dikenali.....	134
3.2.2.3.	Layanan Pengiriman Surat yang Cepat	135
3.2.2.4.	Layanan Pengiriman Surat yang Aman.....	136
3.2.2.5.	Layanan Pengiriman Surat yang Berkualitas	136
3.2.2.6.	Jangkauan Wilayah Layanan Pengiriman Surat	137
3.2.3.	Variabel Kepuasan Pelanggan	140
3.2.3.1.	Keluhan Pelanggan dalam Menggunakan Layanan Pengiriman Surat	140
3.2.3.2.	Pelayanan Sesuai dengan Harapan Pelanggan	141
3.2.3.3.	Penggunaan Jasa Lain dari Pos Indonesia selain Pengiriman Surat Kilat Khusus	142
3.2.3.4.	Pelanggan Mempercayakan Jasa Pengiriman Surat Kepada Pos Indonesia	143
3.2.4.	Variabel Loyalitas Pelanggan.....	146
3.2.4.1.	Penggunaan Ulang Jasa Pengiriman Surat Kilat Khusus	146
3.2.4.2.	Pelanggan Tidak Akan Beralih ke Jasa Pengiriman Surat Lain	147
3.2.4.3.	Kesediaan Pelanggan Mereferensikan Pemakaian Jasa Pengiriman Surat Kilat Khusus Kepada Orang Lain.....	148
3.3.	Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	150
3.3.1.	Koefisien Determinasi (<i>R-squared</i>).....	150
3.3.2.	Relevansi Prediktif (<i>Q-squared</i>).....	151
3.3.3.	Ukuran Efek (<i>F-squared effect size</i>).....	152
3.4.	Uji Hipotesis	153
3.4.1.	Uji Pengaruh Langsung (<i>Direct Effect</i>).....	154
3.4.2.	Uji Pengaruh Tidak Langsung (<i>Indirect Effect</i>)	155
3.4.3.	Pengujian Mediasi SEM-PLS dengan metode <i>Variance Accounted For</i> (VAF)	156
3.5.	Metode Fit Indices and P values	158
3.6.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	159

BAB IV PENUTUP.....	169
4.1. Kesimpulan.....	169
4.2. Saran.....	171
DAFTAR PUSTAKA	174
LAMPIRAN	177

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Top Brand Jasa Kurir Indonesia	5
Tabel 1. 2	Data Pendapatan Jasa Kurir Indonesia	7
Tabel 1. 3	Data Pengaduan Jasa Kurir PT. Pos Indonesia Kota Semarang	9
Tabel 1. 4	Penelitian Terdahulu	40
Tabel 1. 5	Skor Jawaban Metode Likert	53
Tabel 1. 6	Parameter Uji Validitas dalam Model <i>Partial Least Square</i> (PLS)	58
Tabel 1. 7	Parameter Uji Reabilitas dalam Model <i>Partial Least Square</i> (PLS)	59
Tabel 2. 1	Kantor dan Cabang Kantor Pos Kota Semarang	69
Tabel 2. 2	Identitas Responden Berdasarkan Usia	95
Tabel 2. 3	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	95
Tabel 2. 4	Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	96
Tabel 2. 5	Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	97
Tabel 2. 6	Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Jasa	98
Tabel 2. 7	Identitas Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan	98
Tabel 2. 8	Daftar Perusahaan Jasa Pengiriman Surat yang Digunakan Selain Pos Indonesia	99
Tabel 3.1. 1	<i>Output Combined Loading and Cross Loadings</i> Hasil Uji <i>Convergent Validity First Order</i>	103
Tabel 3.1. 2	<i>Output Latent Variable Coefficients</i> Hasil Analisis <i>First Order</i> .	104
Tabel 3.1. 3	<i>Output Combined Loading and Cross Loadings</i> Hasil Uji <i>Discriminant Validity First Order</i>	105
Tabel 3.1. 4	<i>Composite Reability dan Cronbach's Alpha</i> Hasil Analisis <i>First</i> <i>Order</i>	106
Tabel 3.1. 5	<i>Output Combined Loading and Cross Loadings</i> Hasil Uji <i>Convergent Validity Second Order</i>	107
Tabel 3.1. 6	<i>Output Latent Variable Coefficients</i> Hasil Analisis <i>Second</i> <i>Order</i>	108
Tabel 3.1. 7	<i>Output Combined Loading and Cross Loadings</i> Hasil Uji <i>Discriminant Validity Second Order</i>	109
Tabel 3.1. 8	<i>Composite Reability dan Cronbach's Alpha</i> Hasil Analisis <i>Second Order</i>	110
Tabel 3.2. 1	Kebersihan Ruang Tunggu Kantor Pos Indonesia di Kota Semarang	111
Tabel 3.2. 2	Kualitas Bangunan Kantor Pos Indonesia di Kota Semarang	112
Tabel 3.2. 3	Kerapian Karyawan Kantor Pos Indonesia dalam Berpenampilan	113

Tabel 3.2. 4	Sistem Antrian yang Nyaman.....	113
Tabel 3.2. 5	Rekapitulasi Nilai Indikator Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)	114
Tabel 3.2. 6	Pengiriman Sampai ke Tujuan Sesuai dengan Estimasi Waktu yang Dijadwalkan.....	115
Tabel 3.2. 7	Pelayanan yang Benar pada Waktu Pertama Kali Menggunakan Jasa	116
Tabel 3.2. 8	Kecepatan Karyawan dalam Memberikam Pelayanan Kepada Pelanggan.....	117
Tabel 3.2. 9	Ketanggapan Karyawan dalam Melayani Keluhan Pelanggan....	118
Tabel 3.2. 10	Pengiriman Surat Terjamin Tidak akan Hilang atau Rusak	119
Tabel 3.2. 11	Rekapitulasi Nilai Indikator Keandalan (<i>Reliability</i>).....	120
Tabel 3.2. 12	Kesediaan Karyawan dalam Mendengarkan Keluhan Pelanggan.....	121
Tabel 3.2. 13	Respon Karyawan dalam Menangani Pengaduan Pelanggan.....	122
Tabel 3.2. 14	Kejelasan Informasi yang Diberikan Karyawan Kepada Pelanggan.....	123
Tabel 3.2. 15	Karyawan Memberikan Informasi yang Mudah Dipahami oleh Pelanggan.....	124
Tabel 3.2. 16	Rekapitulasi Nilai Indikator Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)....	125
Tabel 3.2. 17	Penguasaan Pengetahuan yang Dimiliki oleh Karyawan dalam Melayani Pelanggan	126
Tabel 3.2. 18	Keterampilan Karyawan dalam Melayani Pelanggan	127
Tabel 3.2. 19	Kesopanan dan Keramahan Karyawan dalam Melayani Pelanggan.....	128
Tabel 3.2. 20	Rekapitulasi Nilai Indikator Jaminan (<i>Assurance</i>)	129
Tabel 3.2. 21	Pelayanan dan Perhatian Tanpa Memandang Status Sosial Pelanggan.....	130
Tabel 3.2. 22	Kemampuan Karyawan dalam Berkomunikasi dengan Pelanggan.....	131
Tabel 3.2. 23	Rekapitulasi Nilai Indikator Empati (<i>Empathy</i>)	132
Tabel 3.2. 24	Jasa Pengiriman Surat yang Dapat Dipercaya	133
Tabel 3.2. 25	Logo Pos Indonesia yang Mudah Dikenali	134
Tabel 3.2. 26	Layanan Pengiriman Surat yang Cepat	135
Tabel 3.2. 27	Layanan Pengiriman Surat yang Aman.....	136
Tabel 3.2. 28	Layanan Pengiriman Surat yang Berkualitas.....	137
Tabel 3.2. 29	Jangkauan Wilayah Layanan Pengiriman Surat	138
Tabel 3.2. 30	Rekapitulasi Nilai Variabel Citra Merek.....	139
Tabel 3.2. 31	Keluhan Pelanggan dalam Menggunakan Layanan Pengirman Surat	141
Tabel 3.2. 32	Pelayanan Sesuai dengan Harapan Pelanggan.....	142

Tabel 3.2. 33	Penggunaan Jasa Lain Dari Pos Indonesia Selain Pengiriman Surat Kilat Khusus	143
Tabel 3.2. 34	Mempercayakan Jasa Pengiriman Surat Kepada Pos Indonesia..	144
Tabel 3.2. 35	Rekapitulasi Nilai Variabel Kepuasan Pelanggan	145
Tabel 3.2. 36	Penggunaan Ulang Jasa Pengiriman Surat Kilat Khusus	146
Tabel 3.2. 37	Pelanggan Tidak Akan Beralih ke Jasa Pengiriman Surat Lain ..	147
Tabel 3.2. 38	Kesediaan Pelanggan Untuk Memberikan Referensi Pemakaian Jasa Pengiriman Surat Kilat Khusus Kepada Orang Lain	148
Tabel 3.2. 39	Rekapitulasi Nilai Variabel Loyalitas Pelanggan	149
Tabel 3.3. 1	<i>R-Squared</i>	150
Tabel 3.3. 2	<i>Q-Squared</i>	151
Tabel 3.3. 3	<i>Effect Size for Path Coefficients</i>	152
Tabel 3.4. 1	<i>Direct Effect pada Ouput Path Coefficient</i>	154
Tabel 3.4. 2	<i>P-Value</i>	155
Tabel 3.4. 3	<i>Indirect Effect for path With 2 Segment</i>	156
Tabel 3.4. 4	<i>Indirect Effect for path With 2 Segment dan p values</i>	157
Tabel 3.4. 5	Perhitungan Metode VAF.....	157
Tabel 3.4. 6	<i>General SEM Analisis Result</i>	158

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Model Sederhana Proses Pemasaran	16
Gambar 1. 2	Model Hipotesis	43
Gambar 1. 3	Diagram Jalur.....	63
Gambar 2. 1	Logo PT. Pos Indonesia.....	72
Gambar 2. 2	Struktur Organisasi Kantor Pos Indonesia Semarang	74
Gambar 3.1	Diagram Path Analysis Model.....	153