



**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Brand Experience* terhadap
Keputusan Penggunaan Jasa Ekspedisi PT Pos Indonesia**

(Studi pada Konsumen PT Pos Indonesia di Semarang)

SKRIPSI

Disusun untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan Pendidikan Strata-1

Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Penyusun:

Fanny Maulita Sofianingsih

14020217130045

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

2021

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN ILMIAH (SKRIPSI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

1. Nama Lengkap : Fanny Maulita Sofianingsih
2. Nomor Induk Mahasiswa : 14020217130045
3. Tempat / Tanggal Lahir : Jakarta, 5 Juli 1999
4. Departemen : Administrasi Bisnis
5. Alamat : Jl. Palem No. 52 RT 11/ RW 10 Blok
Duku, Kel. Cibubur, Kec. Ciracas, Jakarta
Timur

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

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Brand Experience* terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Ekspedisi PT Pos Indonesia

Adalah benar-benar Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri, bukan hasil karya ilmiah orang lain dan juga tidak mengandung plagiasi dari sumber informasi lainnya. Hal ini diperkuat dengan hasil uji kemiripan Turnitin yang kurang dari 20%. Apabila di kemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil plagiasi karya 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, 8 September 2021

Pembuat Pernyataan,



Fanny Maulita Sofianingsih

NIM. 14020217130045

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Brand Experience* terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Ekspedisi PT Pos Indonesia (Studi pada Konsumen PT Pos Indonesia di Kota Semarang)

Nama Penyusun : Fanny Maulita Sofianingsih

NIM : 14020217130045

Program Studi : Administrasi Bisnis

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

Semarang, 13 September 2021

Dekan



Dr. Drs. Hardi Warsosno, MTP
NIP.19640827 199001 1 001


Wakil Dekan 1



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

Dosen Pembimbing

1. Drs. Wahyu Hidayat, M.Si



(.....)

Dosen Penguji

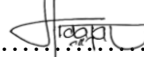
1. Drs. Handojo Djoko W, M.Si


(.....)

2. Dr. Sari Listiyorini, S.Sos., MAB


(.....)

3. Drs. Wahyu Hidayat, M.Si


(.....)

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“God has a purpose for your pain, a reason for your struggles and a reward for your faithfulness”

-unknown-

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya, skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Papa dan Mama yang telah banyak mendukung dalam bentuk apapun dan mendoakan serta kasih sayang yang tiada hentinya diberikan kepada saya, semoga saya bisa membanggakan kalian.
2. Kakak-kakak saya Dewi, Okky, Dinda dan Selly yang telah banyak memberikan dukungan dan amunisi dalam proses penyusunan skripsi ini sampai selesai.
3. Nuzulina Faradila, sahabat terbaik dan 24/7 di masa perkuliahan. Terimakasih banyak atas semua memori dalam 4 tahun terakhir ini, sudah selalu selalu ada menemani, membantu, mendukung dalam suka maupun duka sejak awal hingga saat ini dan membuat ku survive di tempat perantauan ini. You're the best support system ever!
4. Rani dan Ihar sahabat saya sejak 10 tahun lalu dan juga Indah sahabat sejak kecil yang selalu meluangkan waktunya ketika sedang butuh refreshing, membantu dan mendukung dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Yuzra Novrian yang telah banyak membantu dan mendukung dalam proses penyusunan skripsi ini sampai akhir, terima kasih sudah selalu ada dan selalu berusaha menghibur ketika sedang penat.
6. Martha Adelia Kurniasari, sahabat supportifku, yang telah berjuang bersama dalam proses penyusunan skripsi ini hingga akhir, terima kasih atas waktunya untuk zoom dan meet teams tiap harinya serta selalu mendengar keluh kesahku.

7. Sahabat sedari maba Grup Belajar, yang sudah mewarnai hari-hari di Semarang dengan canda tawa dan menemani sejak awal hingga sekarang.
8. Sahabat terdekat selama perkuliahan ini Nur Amalina, Anisa Dian, Fathiyah Ashma, Maissy Erna, Shania Aulia, Ardan Assegaf, Nofia Tri terimakasih banyak telah menemani hari-hari di tembaling dan memberikan banyak memori selama kuliah ini.
9. Sahabat Kost Griya Nugraha, Rora, Selvina dan Lupyta yang sudah menjadi keluarga dan penyelamat dikosan dari awal maba hingga saat ini.
10. Dhea, Dhilah, Nana moodbooster saya selama proses penyusunan skripsi ini, terimakasih banyak sudah selalu menghibur.
11. Katingku Kak Ain terima kasih banyak atas dukungannya, bantuannya, dan sudah mau direpotkan dalam proses penyusunan skripsi ini
12. Adikku Anggia, terima kasih atas semua perhatian dan dukungannya, kamu baik banget nggi!!
13. Demisioner Laskar Aguna HMJ Administrasi Bisnis 2019, Keluarga HMJ Administrasi Bisnis tahun 2017-2019 dan juga PSDM terima kasih atas semua pembelajaran dan kebersamaannya dalam dunia organisasi selama 2,5 tahun
14. Dosen Pembimbing saya Pak Wahyu dan Bu Sari, terima kasih banyak sudah membimbing dan memberikan arahan serta masukan dalam proses penyusunan skripsi ini
15. Teman-teman Administrasi Bisnis 2017, yang sudah menemani dan menjadi keluarga selama 4 tahun ini, thank you for the memories, see u on top guys.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Brand Experience* terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Ekspedisi PT Pos Indonesia

ABSTRAKSI

Saat ini industri jasa pengiriman merupakan salah satu jasa yang sangat dibutuhkan untuk membantu pendistribusian barang dan pengiriman dokumen jarak jauh, sehingga dapat memudahkan para penggunanya dan meningkatkan percepatan pengiriman barang. Hal ini juga yang mendorong meningkatnya pertumbuhan sektor logistik di Indonesia. Salah satu jasa pengiriman yang ada di Indonesia adalah Pos Indonesia selaku perusahaan milik negara.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan *brand experience* terhadap keputusan penggunaan jasa ekspedisi PT Pos Indonesia. Tipe penelitian ini adalah *explanatory research* dan pengambilan sampel menggunakan Teknik *nonprobability sampling* dan metode *purposive sampling*. Pengumpulan data diperoleh dengan menggunakan *google form* dan sampel penelitian ini sebanyak 100 responden konsumen PT Pos Indonesia di Kota Semarang. Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif dan kualitatif dengan uji validitas, reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, regresi sederhana, regresi berganda, dan signifikansi uji t dan uji F dengan menggunakan alat bantu SPSS.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan *brand experience* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa ekspedisi PT Pos Indonesia. Berdasarkan hasil tersebut maka Pos Indonesia disarankan untuk memperbaiki sarana maupun fasilitas serta meningkatkan kinerja karyawan, selain itu pos Indonesia juga harus memperhatikan *brand experience* yang akan konsumen dapatkan, hal ini bertujuan untuk dapat mendorong konsumen menggunakan jasa ekspedisi Pos Indonesia.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Brand Experience, Keputusan Penggunaan Jasa

The Influence of Service Quality and Brand Experience on the Decision to Use PT Pos Indonesia's Expedition Services

Abstract

Nowadays the expedition service industry is one of the most services that is essentials to distribute and send documents across nations, so that can make it easier for users increase the speed of goods delivery. This also encourage the growth of the logistics sector in Indonesia. One of the expedition services in Indonesia is Pos Indonesia as a state-owned company

This study aims to determine the effect of service quality and brand experience on using decision at the Pos Indonesia. This type of research is explanatory research with sampling using nonprobability sampling techniques and purposive sampling method. Data collection is done using google form and samples in this study were 100 respondents of consumer of Pos Indonesia in the city of Semarang. This study uses quantitative and qualitative analysis with validity, reliability, correlation, coefficient, determination coefficient, single regression, multiple regression, and the significance of the t test and F test using SPSS tools.

The results of this study indicate that the variable of service quality and brand experience have an effect on using decisions for Pos Indonesia. Based on these results, Pos Indonesia is advised to improve facilities and improve employee performances, besides that Pos Indonesia have to pay attention to the brand experience that consumers might get, this is intended to encourage consumers to use Pos Indonesia expedition services.

Keywords: service quality, brand experience, service use decisions

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Brand Experience* terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Ekspedisi PT Pos Indonesia (Studi pada Konsumen PT Pos Indonesia di Kota Semarang)” sebagai syarat untuk memenuhi Pendidikan Strata 1 Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai jika tidak ada bantuan, dukungan serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segenap kerendahan hati pada kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung saya dalam proses penyelesaian penelitian ini, khususnya kepada:

1. Dr. Drs. Hadi Warsono, MTP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro
2. Dr. Widiartanto, M.Ab selaku Kepala Departemen Administrasi Bisnis
3. Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos, M.Si selaku Ketua Prodi Administrasi Bisnis
4. Drs. Handojo Djoko W, M.Si selaku Dosen Wali dan Dosen Penguji
5. Drs. Wahyu Hidayat, M.Si selaku Dosen Pembimbing 1 dan Dosen Penguji yang telah memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini
6. Drs. Sari Listiyorini, S.Sos., MAB selaku Dosen Pembimbing 2 dan Dosen Penguji yang telah memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini
7. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, khususnya dosen departemen Administrasi Bisnis Undip yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan
8. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner yang telah penulis berikan
9. Berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu dan tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Penulis juga menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun. Apabila dalam penulisan skripsi ini terdapat kesalahan, penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Semarang, 8 September 2021

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Fanny' followed by a stylized 'M' and 'S'.

Fanny Maulita Sofianingsih

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN ILMIAH (SKRIPSI)	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAKSI.....	vi
<i>Abstract</i>	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Kegunaan Penelitian.....	15
1.5 Kerangka Teori.....	16
1.5.1 Perilaku Konsumen.....	16
1.5.2 Kualitas Pelayanan.....	18
1.5.3 Pemasaran	19
1.5.4 Jasa	21
1.5.5 <i>Brand</i>	22
1.5.6 <i>Brand Experience</i>	23
1.5.7 Keputusan Penggunaan Jasa	24
1.5.8 Pengaruh Antar Variabel	27
1.5.9 Penelitian Terdahulu.....	29
1.6 Hipotesis.....	30
1.7 Definisi Konsep	31
1.7.1 Kualitas Pelayanan.....	32
1.7.2 <i>Brand Experience</i>	32

1.7.3 Keputusan Penggunaan Jasa	32
1.8 Definisi Operasional	33
1.8.1 Kualitas Pelayanan.....	33
1.8.2 <i>Brand Experience</i>	34
1.8.3 Keputusan Penggunaan Jasa	35
1.9 Metode Penelitian	35
1.9.1 Tipe Penelitian.....	35
1.9.2 Populasi dan Sampel	36
1.9.3 Teknik Pengambilan Sampel	36
1.9.4 Jenis dan Sumber Data	37
1.9.5 Skala Pengukuran	38
1.9.6 Teknik Pengumpulan Data	38
1.9.7 Instrumen Penelitian.....	39
1.9.8 Teknik Analisis.....	40
BAB II : GAMABARAN UMUM PERUSAHAAN PT POS INDONESIA ...	49
2.1 Sejarah Perusahaan PT Pos Indonesia (persero)	49
2.2 Visi dan Misi Perusahaan PT Pos Indonesia (persero)	50
2.2.1 Visi PT Pos Indonesia	51
2.2.2 Misi PT Pos Indonesia.....	51
2.3 Logo PT Pos Indonesia	52
2. 4 Nilai-nilai dan Budaya PT Pos Indonesia	54
2.5 Struktur PT Pos Indonesia	55
2.5.1 Deskripsi Pekerjaan PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Semarang	56
2.7 Produk PT Pos Indonesia	69
2.8 Fasilitas dari Pos Indonesia.....	74
2.9 Identitas Responden	75
2.9.1 Identitas Responden Menurut Jenis Kelamin.....	75
2.9.2 Identitas Responden Menurut Umur	76
2.9.3 Identitas Responden Menurut Tingkat Pendidikan	77
2.9.4 Identitas Responden Menurut Pekerjaan	78
2.9.5 Identitas Responden Menurut Pendapatan per Bulan	79

2.9.6 Identitas Responden Menurut Intensitas Menggunakan Jasa PT Pos Indonesia	80
2.9.7 Identitas Responden Menurut Layanan Jasa yang Pernah digunakan.....	81
BAB III : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN BRAND EXPERIENCE TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA EKSPEDISI PT POS INDONESIA.....	83
3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	84
3.1.1 Uji Validitas.....	84
3.1.2 Uji Reliabilitas.....	89
3.2 Analisis dan Interpretasi Hasil Penelitian	90
3.2.1 Persepsi Responden terhadap Kualitas Pelayanan.....	90
3.2.2 Persepsi Responden terhadap <i>Brand Experience</i>	112
3.2.3 Persepsi Responden terhadap Keputusan Penggunaan Jasa	131
3.3. Uji Hipotesis.....	142
3.3.1 Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa.....	142
3.3.2 Analisis Pengaruh <i>Brand Experience</i> terhadap Keputusan Penggunaan Jasa.....	149
3.3.3 Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan <i>Brand Experience</i> terhadap Keputusan Penggunaan Jasa.....	155
3.4 Pembahasan	162
BAB IV : PENUTUP.....	168
4.1 Kesimpulan	168
4.2 Saran	169
DAFTAR PUSTAKA	173
LAMPIRAN	176

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Index Jasa Ekspedisi Indonesia (2016-2020)	5
Tabel 1. 2 Top Brand Index PT Pos Indonesia Kategori Jasa Kurir	6
Tabel 1. 3 Top Brand Indeks Jasa Kurir 2019	8
Tabel 1. 4 Penjualan Pengiriman Paket PT Pos Indonesia (Persero).....	8
Tabel 1. 5 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 1. 6 Skala Likert	38
Tabel 1. 7 Interpretasi Koefisien Korelasi	43
Tabel 2. 1 Jenis Kelamin Responden	76
Tabel 2. 2 Umur Responden	77
Tabel 2. 3 Tingkat Pendidikan Responden	78
Tabel 2. 4 Pekerjaan Responden	79
Tabel 2. 5 Pendapatan Responden	80
Tabel 2. 6 Intensitas Responden Menggunakan Jasa PT Pos Indonesia	81
Tabel 2. 7 Layanan Jasa yang Pernah digunakan	82
Tabel 3. 1 Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	85
Tabel 3. 2 Uji Validitas Variabel Brand Experience	87
Tabel 3. 3 Uji Validitas Variabel Keputusan Penggunaan Jasa	88
Tabel 3. 4 Uji Reliabilitas Variabel	90
Tabel 3. 5 Kondisi Sarana dari Pos Indonesia Sudah Layak dan Nyaman	91
Tabel 3. 6 Fasilitas yang Diberikan oleh Pos Indonesia Sudah Cukup Memadai .	93
Tabel 3. 7 Pos Indonesia Sudah Tanggap dalam Mengatasi Keluhan	94
Tabel 3. 8 Pos Indonesia Sudah Memberikan Informasi yang Jelas dan Mudah Dimengerti.....	96
Tabel 3. 9 Pos Indonesia Bersedia dan Mampu untuk Membantu dalam Proses Pengiriman Barang.....	98
Tabel 3. 10 Pos Indonesia Mampu dalam Menangani Barang yang Hilang atau Rusak.....	99

Tabel 3. 11 Keragaman Pelayanan yang Diberikan Pos Indonesia Dapat Memenuhi Kebutuhan	101
Tabel 3. 12 Pos Indonesia Memberikan Jaminan Kepada Barang yang Dipercayakan Olehnya	102
Tabel 3. 13 Petugas Pos Indonesia Mengutamakan Kepentingan Pelanggan	104
Tabel 3. 14 Petugas Pos Indonesia Memahami Permasalahan yang Pelanggan Alami.....	105
Tabel 3. 15 Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai Variabel Kualitas Pelayanan.....	107
Tabel 3. 16 Kategorisasi Variabel Kualitas Pelayanan	111
Tabel 3. 17 Pos Indonesia Memberikan Pengalaman yang Menyenangkan	113
Tabel 3. 18 Pos Indonesia Memberikan Rasa Aman	114
Tabel 3. 19 Pos Indonesia Memiliki <i>Tracking System</i> yang Memadai.....	116
Tabel 3. 20 Logo PT Pos Indonesia Mudah Dikenali.....	117
Tabel 3. 21 Dominasi Warna Ciri Khas Jasa Ekspedisi PT Pos Indonesia Mudah Dikenali	119
Tabel 3. 22 Jasa Ekspedisi Pos Indonesia Dapat Menjangkau Wilayah Terpencil	120
Tabel 3. 23 Penyampaian Informasi yang Lengkap dan Jelas	122
Tabel 3. 24 Keramahan dari Petugas PT Pos Indonesia	123
Tabel 3. 25 Ketepatan Waktu Pengiriman	125
Tabel 3. 26 Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai Variabel <i>Brand Experience</i>	126
Tabel 3. 27 Kategorisasi Variabel <i>Brand Experience</i>	130
Tabel 3. 28 Keinginan dan Kemantapan untuk Menggunakan Jasa	132
Tabel 3. 29 Kebiasaan dalam Menggunakan Jasa	133
Tabel 3. 30 Memberikan Rekomendasi dan Informasi Kepada Orang lain.....	135
Tabel 3. 31 Menggunakan Jasa Ulang	137
Tabel 3. 32 Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai Variabel Keputusan Penggunaan Jasa	139
Tabel 3. 33 Kategorisasi Variabel Keputusan Penggunaan Jasa	142

Tabel 3. 34 Tabulasi Silang Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Penggunaan Jasa	143
Tabel 3. 35 Hasil Uji Korelasi Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa	145
Tabel 3. 36 Hasil Uji Koefisien Determinasi Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa	146
Tabel 3. 37 Uji Regresi Linear Sederhana Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa	147
Tabel 3. 38 Tabulasi Silang <i>Brand Experience</i> dengan Keputusan Penggunaan Jasa	150
Tabel 3. 39 Hasil Uji Korelasi Variabel <i>Brand Experience</i> terhadap Keputusan Penggunaan Jasa	151
Tabel 3. 40 Hasil Uji Koefisien Determinasi <i>Brand Experience</i> terhadap Keputusan Penggunaan Jasa	152
Tabel 3. 41 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana <i>Brand Experience</i> terhadap Keputusan Penggunaan Jasa	153
Tabel 3. 42 Hasil Uji Korelasi Linear Ganda Kualitas Pelayanan dan <i>Brand Experience</i> terhadap Keputusan Penggunaan Jasa	156
Tabel 3. 43 Hasil Uji Koefisien Determinasi Kualitas Pelayanan dan <i>Brand Experience</i> terhadap Keputusan Penggunaan Jasa	157
Tabel 3. 44 Hasil Uji Regresi Linear Berganda Kualitas Pelayanan dan <i>Brand Experience</i> terhadap Keputusan Penggunaan Jasa	158
Tabel 3. 45 Hasil Perhitungan Kualitas Pelayanan dan <i>Brand Experience</i> terhadap Keputusan Penggunaan Jasa	160

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengaruh Antar Variabel Penelitian	31
Gambar 1. 2 Kurva Uji t (<i>Two Tail</i>)	47
Gambar 1. 3 Kurva Uji F.....	48
Gambar 2. 1 Logo Perusahaan.....	52
Gambar 2. 2 Struktur Organisasi PT Pos Indonesia Semarang	56
Gambar 3. 1 Kurva Uji t Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Keputusan Penggunaan Jasa (Y).....	149
Gambar 3. 2 Kurva Uji t <i>Brand Experience</i> (X2) terhadap Keputusan Penggunaan Jasa (Y)	155
Gambar 3. 3 Kurva Uji F Kualitas Pelayanan dan <i>Brand Experience</i> terhadap Keputusan Penggunaan Jasa	162