



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN
MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI PADA
PENGUNA LAYANAN J&T EXPRESS DI KECAMATAN
TEMBALANG)**

Skripsi

**Disusun guna memenuhi Syarat Menyelesaikan Pendidikan Strata 1
Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**

Penyusun

MUHAMMAD HAFNI YULIAWAN

14020217130086

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

2021

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya, yang menandatangani surat pernyataan ini:

Nama : Muhammad Hafni Yulawan
NIM : 14020217130086
Tempat/Tanggal Lahir : Kab. Semarang/ 25 Juli 1998
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik
Departemen : Administrasi Bisnis

Memberi pernyataan bila skripsi yang tersusun dengan judul:

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Merek terhadap Kepuasan Konsumen

sebagai hasil karya saya pribadi dan tanpa ada unsur plagiat dari karya ilmiah lainnya. Jika di lain hari terdapat ketidakbenaran pada pernyataan ini, saya berkenan dan sanggup memperoleh sanksi akademis berupa pencabutan predikat kelulusan serta gelar sarjana saya.

Demikianlah pernyataan ini saya tulis sebenar-benarnya agar bisa digunakan jika dibutuhkan.

Semarang, 13 Oktober 2021

Pembuat Pernyataan,



Muhammad Hafni Yulawan

NIM. 14020217130086

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : PagaruhKualiatas Pelayanandan
Kepercayaan Merek terhadap Kepuasan
Konsumen

Nama Penyusun : Muhammad Hafni Yuliawan

NIM : 14020217130086

Departemen : **Administrasi Bisnis**

Ternyatakan sah sebagai salah satu persyaratan guna menuntaskan pendidikan Strata I

Semarang, 13 Oktober 2021

Dekan,



Dr. Drs. Hadi Warsono, MTP
NIP. 196408271990011001

Wakil Dekan I



Dr Teguh Yuwono, M.Pol.Admin
NIP. 196908221994031003

Dosen Pembimbing :

1. Drs. Handojo Djoko Waloejo M.Si. (.....)
2. Robetmi Jumpakita Pinem S.AB., MBA. (.....)

Dosen Penguji :

3. Dr. Hari Susanta Nugraha S.Sos., M.Si. (.....)

MOTTO

Hidup hanya mencari Ridho Allah SWT dan keberkahannya

PERSEMBAHAN

- Allah SWT yang sudah memberi kesehatan maupun segala rahmat sehingga mampu menuntaskan penelitian ini dengan baik
- Terhadap orangtua kakak adik serta keluarga saya yang selalu memberikan *supprort* terhadap saya
- Dosen Pembimbing I Bapak Handoyo maupun dosen pembimbing II Bapak Robet yang selalu sabar memberi bimbingan agar segera menuntaskan skripsi saya
- Dan semua teman yang ikut serta secara langsung ataupun tidak langsung selama penulisan tugas akhir ini

KATA PENGANTAR

Saya memanjatkan rasa syukur kepada Tuhan Yang Mahaesa berkat karunia-Nya tugas akhir ini bisa terselesaikan sebagai satu dari sekian banyak persyaratan guna memperoleh Strata 1 Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro yang berjudul ***Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Merek terhadap Kepuasan Konsumen***. Penulisan skripsi ini melibatkan berbagai pihak yang sudah memberi bantuan baik doa, kerjasama ataupun dukungan secara langsung ataupun tidak langsung. Sebab itulah, atas kerendahaan hati, saya ingin mengutarakan terima kasih teruntuk:

1. Dr. Drs. Hardi Warsono, MTP, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang sudah memberikan peluang bagi penulis guna menuliskan tugas akhir ini.
2. Dr Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang sudah memberikan peluang kepada penulis guna melakukan penyusunan tugas akhir ini.
3. Drs. Handojo Djoko Waloejo, M.Si selaku dosen pembimbing 1 yang membantu, serta memberi bimbingan selama proses menyusun tugas akhir.
4. Robetmi Jumpakita P, S.Ab, M.Ab selaku dosen pembimbing 2 yang sudah membantu serta memberi bimbingannya selama proses menyusun tugas akhir ini.
5. Dr Hari Susanta Nugraha S.Sos, M.Si. selaku wali dosen yang sudah membimbing serta dorongan untuk saya selama kuliah.
6. Semua dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro, terutama dosen Administrasi Bisnis yang sudah memberi ilmu yang memiliki manfaat bagi penulis selama kuliah.
7. Pihak J&T Express yang sudah mengizinkan serta bantuannya guna melakukan kajian ini.
8. Bagi semua partisipan yang bersedia membantu mengisi kuesioner.

9. Mutiafatma, Fahim Khilda, Vanny Agung yang sudah banyak membantu mengajari saya bagaimana cara menyusun serta menuntaskan tugas akhir ini.
10. Pihak mana pun yang sudah memberi bantuan selama menyusun tugas akhir ini.

Penulis menyadari bila selama menyusun tugas akhir ini masih ada kekurangan. Atas dasar itulah, penulis mengharapkan kritik serta masukan guna menyempurnakan tugas akhir ini. Penulis mempunyai harapan agar skripsi ini bisa memberikan dampak positif secara nyata bagi kemajuan bersama.

Semarang, 13 Oktober 2021



Muhammad Hafni Yuliawan
NIM. 14020217130086

ABSTRAK

Bisnis domestik dan internasional berkembang secara fluktuasi pasar dan disertai dengan persaingan antarperusahaan homogen ataupun heterogen. Tantangan bisnis pada masa seperti sekarang ialah mempertahankan kepuasan dari konsumen, sehingga tingkat penjualan akan meningkat atau paling tidak tetap pada batas minimal yang telah ditentukan suatu perusahaan. . Banyaknya pesaing yang menawarkan layanan sejenis serta penurunan tingkat kepuasan pelanggan di layanan J&T Kecamatan Tembalang, Semarang. membuat posisi perusahaan itu pun terancam. Hal ini mendasari penelitian ini. Tujuan penelitian ini untuk mencari tahu persepsi konsumen mengenai kualitas layanan, kepercayaan merek, dan kepuasan konsumen pada pengguna layanan J&T Kecamatan Tembalang, Semarang.

Peneliti merupakan tipe penelitian eskplanatory research menggunakan nonprobability sampling sebagai teknik pengambilan sampel. Kajian ini pun mempergunakan teknik purposive sampling dan accidental sampling terhadap pengguna layanan J&T Kecamatan Tembalang, Semarang. Jumlah akhir sampel kajian sejumlah 100 konsumen yang mempergunakan jasa J&T Express Tembalang. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis kuantitatif dan kualitatif dan menggunakan uji validitas, reliabilitas, analisis tabulasi silang, koefisien korelasi, koefisien determinasi, regresi linear sederhana dan berganda, uji t dan uji F dengan menggunakan bantuan IBM SPSS versi 25

Hasil kajian memperlihatkan bila kualitas pelayanan, harga, dan keragaman produk memengaruhi positif dan bermakna bagi kepuasan pelanggan pengguna layanan J&T Kecamatan Tembalang, Semarang. Apabila ketiga hal tersebut naik ke arah positif, maka akan diikuti dengan naiknya kepuasan konsumen ke arah positif.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Merek, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

Domestic and international businesses develop according to market fluctuations also accompanied by competition between homogeneous or heterogeneous companies. The business challenge at this time is to maintain satisfaction from consumers. The purpose of this study is to increase the number of sales or at least remain at the minimum limit that has been determined by a company. The number of competitors offering similar services and the decreasing level of customer satisfaction at J&T services in Tembalang District, Semarang, made the company's position threatened. That reason why underlies this research. The purpose of this study was to find out consumer perceptions of service quality, brand trust, and customer satisfaction on J&T service users, Tembalang District, Semarang.

The researcher is an explanatory research type using non-probability sampling as a sampling technique. This study uses purposive sampling and accidental sampling techniques for J&T service users, Tembalang, Semarang. The final number of study samples is 100 consumers who use the services of J&T Express Tembalang. The analysis technique used is a quantitative and qualitative analysis and uses validity, reliability, cross-tabulation analysis, correlation coefficient, coefficient of determination, simple and multiple linear regression, t-test, and F test using the IBM SPSS version 25

The results showed that service quality, price, and product diversity have a positive and meaningful impact on customer satisfaction of J&T service users, Tembalang District, Semarang. If these three things go up in a positive direction, it will be followed by an increase in consumer satisfaction in a positive direction.

Keywords: Service Quality, Brand Trust, Consumer Satisfaction

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
1.5 Kerangka Teori.....	9
1.5.1 Pemasaran.....	9
1.5.2 Pemasaran Jasa.....	11
1.5.3 Perilaku Konsumen.....	12
1.5.4 Kepuasan Konsumen.....	14
1.5.5 Kepercayaan Merek	21
1.5.6 Kualitas Pelayanan.....	23
1.6 Hubungan antara Variabel Independen dan Dependen	31
1.6.1 Pengaruh antara Kepercayaan Merk terhadap Kepuasan Konsumen	31
1.6.2 Pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen	31
1.6.3 Pengaruh antara Kepercayaan Merk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen	32
1.7 Penelitian Terdahulu.....	33
1.8 Hipotesis.....	35
1.9 Definisi Konseptual	37
1.9.1 Variabel Kualitas Pelayanan (X1)	37
1.9.2 Variabel Kepercayaan Merk (X2)	37
1.9.3 Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	37
1.10 Definisi Operasional.....	38
1.11 Metode Penelitian	40

BAB II GAMBARAN UMUM J&T EXPRESS TEMBALANG	56
2.1 Sejarah Perkembangan J&T Express	56
2.2 Identitas Responden	59
2.2.1 Identitas Responden Berdasar Usia Responden	60
2.2.2 Identitas Responden Berdasar Pekerjaan Responden	60
2.2.3 Identitas Responden Berdasar Pendidikan Terakhir	61
2.2.4 Identitas Responden Berdasar Pembelian Frekuensi Penggunaan	62
2.2.5 Identitas Responden Berdasar Pendapatannya	62
BAB III PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN MERK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI KASUS PADA PENGGUNA LAYANAN J&T EXPRESS TEMBALANG)	64
3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	65
3.2 Analisis dan Interpretasi Hasil Penelitian	69
3.3 Analisis Data	103
3.4 Pembahasan.....	122
BAB IV PENUTUP	124
4.1 Kesimpulan	124
4.2 Saran	125
DAFTAR PUSTAKA	127
LAMPIRAN	128

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Ulasan Negatif	4
Tabel 1.2 Jumlah Pengguna Layanan J&T	5
Tabel 1.3 Penelitian Terdahulu	33
Tabel 1.4 Skala Linkert	44
Tabel 1.5 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	49
Tabel 2.1 Visi, Misi, dan Layanan J&T Express Tembalang	57
Tabel 2.2 Jenis Layanan J&T Express	58
Tabel 2.3 Identitas Responden Berdasar Usia	60
Tabel 2.4 Identitas Responden Berdasar Pekerjaan	61
Tabel 2.5 Identitas Responden Berdasar Pendidikan Terakhir	61
Tabel 2.6 Identitas Responden Berdasar Frekuensi	62
Tabel 2.7 Identitas Responden Berdasar Pendapatan	63
Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	66
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan Merk	67
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen	67
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas	69
Tabel 3.5 Kesesuaian Pelayanan	70
Tabel 3.6 Keandalan Karyawan	71
Tabel 3.7 Ketanggapan Karyawan	72
Tabel 3.8 Kecepatan Karyawan	73
Tabel 3.9 Kemampuan Karyawan	74
Tabel 3.10 Kesopanan Karyawan	75
Tabel 3.11 Keramahan Karyawan	76
Tabel 3.12 Kesesuaian Layanan Karyawan	77
Tabel 3.13 Mengutamakan Kebutuhan Pelanggan	78
Tabel 3.14 Diskriminasi Pelanggan	79
Tabel 3.15 Kenyamanan Suasana Outlet	80
Tabel 3.16 Kerapihan Seragam	81
Tabel 3.17 Kelengkapan Atribut Karyawan	82
Tabel 3.18 Kelayakan Fasilitas Outlet	83
Tabel 3.19 Rekapitulasi Kualitas Pelayanan	85
Tabel 3.20 Kategorisasi Kualitas Pelayanan	88
Tabel 3.21 Kemampuan Pelayanan yang Cepat	89
Tabel 3.22 Pemenuhan Kebutuhan	90
Tabel 3.23 Pelayanan kepada Konsumen	90
Tabel 3.24 Pemenuhan Keinginan Konsumen	91
Tabel 3.25 Rekapitulasi Kepercayaan Merk	92
Tabel 3.26 Kategorisasi Kepercayaan Merk	94
Tabel 3.27 Kepuasan atas Layanan	95
Tabel 3.28 Kepuasan atas Ketepatan Janji	96
Tabel 3.29 Keinginan untuk menggunakan layanan	97
Tabel 3.30 Keinginan untuk Merekomendasikan	98
Tabel 3.31 Keinginan untuk Memberikan Saran	99
Tabel 3.32 Rekapitulasi Kepuasan Konsumen	100
Tabel 3.33 Kategorisasi Kepuasan Konsumen	102

Tabel 3.34 Tabulasi Silang Kualitas Pelayanan	103
Tabel 3.35 Koefisien Korelasi Kualitas Pelayanan	104
Tabel 3.36 Regresi Linear Sederhana Kualitas Pelayanan.....	105
Tabel 3.37 Tabulasi Silang Kepercayaan Merk	109
Tabel 3.38 Koefisien Korelasi Kepercayaan Merk	110
Tabel 3.39 Regresi Linear Sederhana Kepercayaan Merk terhadap Kepuasan Konsumen.....	111
Tabel 3.40 Koefisien Korelasi Berganda Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Merk terhadap Kepuasan Konsumen.....	115
Tabel 3.41 Regresi Linear Berganda Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Merk terhadap Kepuasan Konsumen.....	117
Tabel 3.42 Uji F Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Merk terhadap Kepuasan Konsumen.....	119

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Rating J&T Express Tembalang	3
Gambar 1.2 Model Hipotesis.....	36
Gambar 1.3 Kurva Uji t One Tailed Test.....	53
Gambar 1.4 Kurva Uji F One Tailed Test.....	54
Gambar 2.1 Logo J&T Express.....	57
Gambar 2.2 Struktur Organisasi J&T Express Tembalang.....	59
Gambar 3.1 Uji t Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.....	107
Gambar 3.2 Uji t Kepercayaan Merk terhadap Kepuasan Konsumen.....	113
Gambar 3.3 Uji F.....	120

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian	129
Lampiran 2 Surat Izin Penelitian dari Pihak J&T Tembalang Semarang	130
Lampiran 3 Kuesioner Penelitian	131
Lampiran 4 Hasil Statistik Deskriptif.....	141
Lampiran 5 Hasil Uji Korelasi	141
Lampiran 6 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	142
Lampiran 7 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	144
Lampiran 8 Tabulasi Frekuensi Variabel.....	145

