

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK, TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
J&T EKSPRESS**

(Studi Kasus konsumen J&T wilayah Jakarta timur)

**THE INFLUENCE OF BRAND TRUST, TO CUSTOMER SATISFACTION AND
ITS IMPACT ON J&T EXPRESS CUSTOMER LOYALTY
(Case Study of J&T consumer inarea, east jakarta)**

Oleh :

Indah Devi Anti

2016410007

SKRIPSI

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Dalam Ilmu Ekonomi Program Studi
Manajemen PadaUniversitas Darma Persada



PROGRAM SARJANA MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS DARMA PERSADA

JAKARTA

2020

LEMBAR PERSETUJUAN

Yang bertandatangan di bawahini:

Nama : Indah Devi Anti

NIM : 2016410007

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi

: Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada konsumen J&T wilayah jakarta timur)

Telah diperiksa, dan disetujui untuk diajukan dan diujikandi hadapan panitia pengujian skripsi.

Jakarta, 29 Juli 2020

Mengetahui,

Menyetujui

Ketua Jurusan Manajemen

Dosen Pembimbing

(Dian Anggraeny, SE.MSi)

(Resa Nurlaela Anwar, SE.M)

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK, TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
J&T EKSPRESS**
(Studi Kasus konsumen J&T wilayahjakartatimur)
**THE INFLUENCE OF BRAND TRUST, TO CUSTOMER SATISFACTION
AND ITS IMPACT ON J&T EXPRESS CUSTOMER LOYALTY**
(Case Study of J&T consumer in area, east)

Oleh

Indah Devi Anti

2016410007

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar sarjana dalam ilmu ekonomi Program Studi Manajemen pada Universitas Darma Persada

Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal seperti tertera dibawah ini

Jakarta, 12 Agustus 2020, dengan Nilai B-

Resa Nurlaela Anwar, SE.MM

Dosen Pembimbing

Drs. Fauzi Baisyir

Penguji I

Dr. Firsan Nova

Penguji II

Resa Nurlaela Anwar, SE. MM

Penguji III

Mu'man Nuryana, Ph.D

Dekan Fakultas Ekonomi

Dian Anggraeny, SE.MSI

Ketua Jurusan Manajemen

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Indah Devianti

NIM : 2016410007

Jurusan / Peminatan : Manajemen / ManajemenPemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi Kasus Pada konsumen J&T Ekpress diwilayah Jakarta Timur) yang dibimbing oleh Ibu Resa Nurlaela,SE,MM adalah benar merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan jiplakan dari hasil karya tulis orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata diketemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia mempertanggungjawabkannya. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 29 Juli 2020

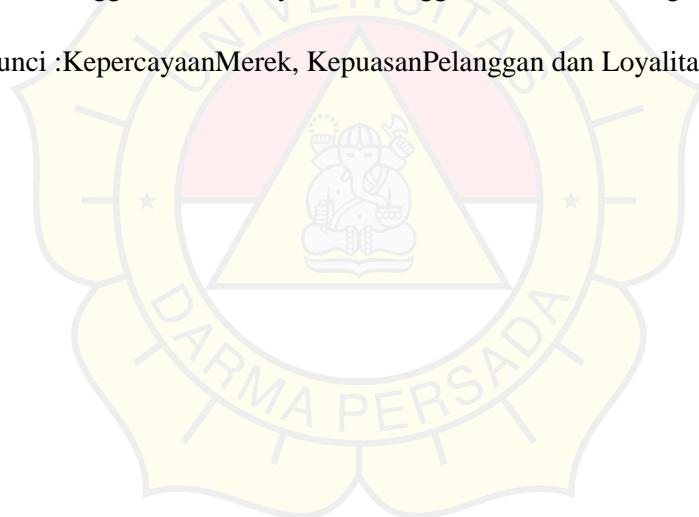
Yang Membuat Pernyataan,

Indah Devi Anti

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Konsumen J&T Ekperss Jakarta Timur). Pengumpulan data dilakukan dengan menyebar kuesioner kepada 115 responden yaitu Konsumen Yang Menggunakan J&T Ekpress Jakarta Timur. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan purposive sampling. Alat analisis yang digunakan adalah Path Analysis. Uji F, Uji T, dan Uji analisis koefisien (R^2) dilakukan sebagai persyaratan statistik yang harus dipenuhi dalam melakukan analisis path analysis. hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) KepercayaanMerek berpengaruh positif dan signifikan terhadap KepuasanPelanggan, (2) KepercayaanMerek berpengaruh positif dan signifikan terhadap LoyalitasPelanggan , (3) KepuasanPelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap LoyalitasPelanggan, (4) KpercayaanMerek berpengaruh terhadap KepuasanPelanganmelalui LoyalitasPelangan secara tidak langsung.

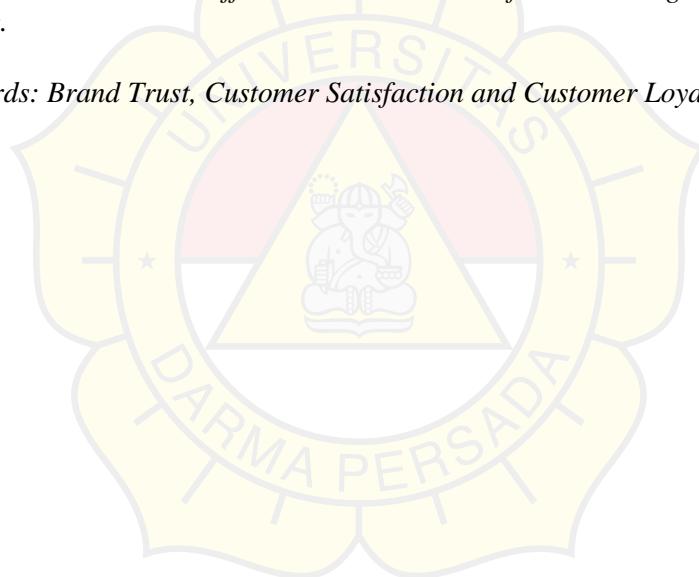
Kata Kunci :KepercayaanMerek, KepuasanPelanggan dan LoyalitasPelangan.



ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the Effect of Brand Confidence on Customer Satisfaction and Its Impact on Customer Loyalty (Case Study of J&T Consumer Ekperss, East Jakarta). Data collection was carried out by distributing questionnaires to 115 respondents, namely Consumers Using J&T Express East Jakarta. Sampling is done by using purposive sampling. The analytical tool used is Path Analysis. The F test, T test, and coefficient analysis test (R^2) are performed as statistical requirements that must be met in conducting the path analysis analysis. the results showed that (1) Brand Trust had a positive and significant effect on Customer Satisfaction, (2) Brand Trust had a positive and significant effect on Customer Loyalty, (3) Customer Satisfaction had a positive and significant effect on Customer Loyalty, (4) Brand Trust had an effect on Customer Satisfaction through Indirect Customer Loyalty.

Keywords: *Brand Trust, Customer Satisfaction and Customer Loyalty*



KATA PENGANTAR

Pujisyukurpenulispanjatkankehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi Kasus Pada Mahasiswa Aktif Universitas Darma Persada)”

Skripsi ini merupakan salah satu syarat yang wajib ditempuh di Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.

Penulismenya daribawah penyusunan skripsi ini tidak akan dapat terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak.

Oleh karena itu pada kesempatan ini penulismenya yampaikan ucapan terimakasih kepada yang terhormat :

1. Ibu Resa Nurlaela, SE, MM selaku pembimbing penulisan skripsi yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
2. Bapak Mu'man B Nuryana Pd.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
3. Ibu Dian Anggraini Rahim, S.E., M. Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Darma Persada.
4. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah membantu dalam proses belajar selama masa perkuliahan.
5. Kedua orang tua, yang memberikan motivasi, semangat dan doa serta dukungan baik moril maupun material, dan selalu menguatkan dalam mengiringi kelancaran serta keberhasilan dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Untuk sahabat saya dari awal Tomodchi yaitu vilda, dinita, priskila, dita dan reghina.
7. Untuk sahabat saya nax malam yaitu dwi, junetika, eka, tyas, kila.

8. Untuk sahabat saya cuning gang yaitu natal, ratu, eka, friskila, novelia dan aan.
9. Untuk teman – teman seperjuanganku, mahasiswa manajemen pemasaran angkatan 2016 yang turut mendukung dan menyemangati sehingga penelitian dapat menyelesaikan skripsi.
- 10.Seluruh pihak yang telah membantu dalam penelitian dan penyusunan yang tidak bias disebutkan namanya satu per satu.

Demikian skripsi ini dibuat, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan

Jakarta, 29 Juli 2020

Indah Devi Anti

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PERSETUJUAN.....	.i
LEMBAR PENGESAHAN.....	.ii
LEMBAR PERTANYATAAN.....	.iii
ABSTRAK.....	.iv
ABSTRACT.....	.v
KATA PENGANTAR.....	.vi
DAFTAR ISI.....	.vii
DAFTAR TABEL.....	.xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	.xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi, Pembatasan dan Rumusan Masalah.....	13
1.2.2 Pembatasan Masalah	13
1.2.3 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Kegunaan Penelitian	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	16
2.1 Pengertian Pemasaran	16
2.2 Manajemen Pemasaran	16
2.1.1 Konsep Pemasaran.....	17

2.3 KepercayaanMerek	19
2.3.1 PengertianKepercayaanMerek	19
2.3.2 DimensiKepercayaanMerek.....	20
2.4 KepuasanPelanggan	20
2.4.1 PengertianKepuasanPelanggan	20
2.4.2 PengukuranKepuasanKonsumen	21
2.4.3 Faktor Utama dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen	22
2.4.4 Macam – Macam Kepuasan Konsumen	23
2.4.5 Dimensi Kepuasan Konsumen	24
2.5 Loyalitas Pelanggan.....	25
2.5.1 PengertianLoyalitasPelanggan	25
2.5.2 Karakteristik Loyalitas Pelanggan	26
2.5.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen.....	27
2.6 PenelitianTerdahulu	28
2.8 KerangkaPemikiran	39
2.9 Hipotesis	40
 BAB III METODE PENELITIAN.....	41
3.1 Metode yang Digunakan.....	41
3.2 OperasionalisasiVariabel	41
3.3 Sumberdan Cara Penentuan Data	47
3.3.1 Lokasi Penelitian.....	47
3.3.2 JenisdanSumber Data	47
3.3.3 PopulasidanSampel	48

3.4 Teknik Sampling.....	50
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.6 Rancangan Analisis.....	53
3.6.1 Metode Analisis Data.....	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	62
4.1 Hasil Penelitian.....	62
4.1.1 Gambaran Umum J&T Ekspres.....	62
4.1.2 Logo Perusahaan J&T Ekspres	62
4.1.3 Visi dan Misi	63
4.2 Karakteristik Responden	64
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	64
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	65
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	65
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	65
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Kecamatan Jakarta Timur	66
4.3 Analisis Statistik Deskriptif Variabel.....	65
4.3.1 Variabel Kepuasan Pelanggan J&T Ekspres.....	67
4.3.2 Variabel Loyalitas Pelanggan J&T Ekspres	70
4.3.3 Variabel Loyalitas Pelanggan J&T Ekspres	74
4.4 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	82
4.4.1 Uji Validitas.....	83
4.4.3 Hasil Uji Realiabilitas	86
4.5 Path Analysis.....	88
4.5.1 Pengujian Hipotesis 1.....	88
4.5.2 Pengujian hipotesis H ₂	90
4.5.3 Pengujian Hipotesis H ₃	92
4.5.3 Pengujian Hipotesis H ₄	94
BAB IV PENUTUP	97
5.1 Kesimpulan	97
5.2 Saran.....	99

DAFTAR PUSTAKA	100
DAFTAR LAMPIRAN.....	102



DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Varian Layanan Jasa J&T Express	3
Tabel 1.2 Top Brand J&T Ekspress Tahun 2017 - 2018	4
Tabel 1.3 Top Branda J&T Ekspress Tahun 2019	5
Tabel 1.4 Keluhan pelanggan terkait dengan pengiriman J&T Ekspress.....	7
Tabel 1.5 Tanggapan Responden Mengenai kepercayaan merek terhadap pengiriman barang J&T ekspress	9
Tabel 1.6 Tanggapan Responden Mengenai kepuasan konsumen terhadap pengiriman barang J&T ekspress	10
Tabel 1.7 Tanggapan Responden Mengenai loyalitas pelanggan terhadap pengiriman barang J&T ekspress	11
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	42
Tabel 3.2 Skala Likert.....	51
Tabel 3.3 Skala Interval	52
Tabel 3.4 Interpretasi Koefisien Korelasi	57
Table 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
Table 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	64
Tabel 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	65
Table 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	65
Table 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan.....	66
Tabel 4.6 Karakteristik Berdasarkan Kecamatan Jakarta Timur.....	66
Tabel 4.7 Saya percaya perusahaan J&T Melakukan pekerjaannya dengan baik.....	67
Table 4.8 Saya merasa puas dengan kualitas yang diberikan oleh J&T Ekspress.....	68

Table 4.9 Perusahaan J&T aman digunakan untuk pengiriman barang.....	69
Table 4.10 J&T Ekspress mudah digunakan dalam mengirimkan barang.....	70
Table 4.11 Saya puas dengan perusahaan J&T Ekspress dalam mengirimkan barang.....	71
Table 4.12 Pelanggan merasa puas dengan pengiriman barang yang tepat waktu.....	72
Table 4.13 Kesesuaian waktu pengiriman yang dijanjikan.....	73
Table 4.14 Saya berharap barang yang dikirimkan sesuai dengan pesanan.....	74
Table 4.15 Saya akan mengirimkan barang pada J&T Ekspress secara rutin.....,,,,,	75
Table 4.15 Saya akan mengirimkan barang pada J&T Ekspress secara rutin.....,,,,,	76
Table 4.17 Saya puas menggunakan J&T Ekspress.....,,,,,	77
Table 4.18 Saya tetap memilih J&T Ekspress sebagai tempat pengiriman barang.....,,,,,	78
Table 4.19 Saya lebih tertarik mengirimkan barang ke J&T Ekspress.....	79
Table 4.20 Saya tidak tertarik untuk mengirimkan barang ketempat lain.....	80
Table 4.21 Merekomendasikan J&T Ekspress kepada temen atau kerabat.....	82
Table 4.22 Mengajak temen dan kerabat untuk mengirimkan barang ke J&T Ekspress.....	82
Table 4.23 HasilUjiValiditas.....	84
Table 4.24 ReabilitasVariabel KepercayaanMerek (X).....	86
Table 4.24 ReabilitasVariabel KepuasanPelanggan (Z).....	87
Tabel 4.25 Reabilitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	87

Tabel 4.26 Pengaruh kerpercayaan merek terhadap kepuasan pelanggan J&T Ekpress.....	88
Tabel 4.27 Pengaruh kepercayaan merek terhadap loyalitas pelanggan J&T Ekpress.....	90
Tabel 4.28 Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.....	93
Tabel 4.29. Pengaruh kepercayaan merek terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan.....	95



DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1 Keluhan terkait kekecewaan pelanggan terhadap J&T Ekspress.....	7
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	39
Gambar 3.1 Model Analisis Jalur (Path Analysis).....	58
Gambar 4.1 Logo J&T Express.....	62
Gambar 3.1 Model AnalisisJalur (Path Analysis).....	96



DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1 KuesionerPra Survey Penelitian	103
Lampiran 2 Data DaftarProfilRespondenPra Survey Penelitian.....	109
Lampiran 3 Tabulasi Data Pra Survey KepercayaanMerek.. ..	118
Lampiran 4 Tabulasi Data Pra Survey KepuasanPelanggan.....	119
Lampiran 5 Tabulasi Data Pra Survey LoyalitasPelanggan.....	120
Lampiran 6 Hasil Output Analysis path.....	133
Lamppiran 7 T Tabel.....	137
Lampiran 8 F Tabel.....	142
Lampiran 9 R Tabel.....	147
Lampiran 10DaftarRiwayat Hidup.....	151

