

**Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Jasa Terhadap Loyalitas
Pelanggan Pengguna Jasa Pengiriman Paket**

PT. J&T Express

(Studi kasus Kantor Cabang Perak Timur)

Surabaya

SKRIPSI



OLEH :

**WINDA ANGGRAENY LEO
NIM : 20141221079**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

2018

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS JASA TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PENGGUNA JASA PENGIRIMAN**

PT. J&T EXPRESS

(Studi Kasus Kantor Cabang Perak Timur)

Surabaya

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi
salah satu persyaratan dalam menyelesaikan
Program Sarjana Ekonomi

OLEH:

WINDA ANGGRAENY LEO

NIM: 20141221079

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA

2018

PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Winda Anggraeny Leo

NIM : 20141221079

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian atau seluruhnya.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil plagiasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atau perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Surabaya, 28 Agustus 2018

Yang membuat pernyataan



Winda Anggraeny Leo

Persetujuan Untuk Ujian Skripsi

**PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS JASA TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PENGGUNA JASA PENGIRIMAN**

PT. J&T EXPRESS

(Studi kasus kantor cabang perak timur surabaya)

Oleh

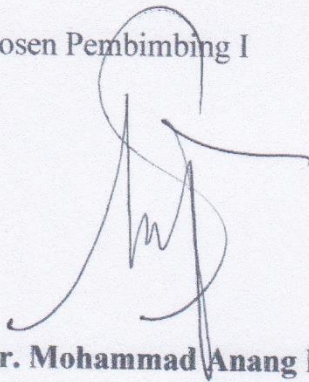
Winda Anggraeny leo

NIM: 20141221079

Skripsi ini telah memenuhi persyaratan dan disetujui untuk diujikan

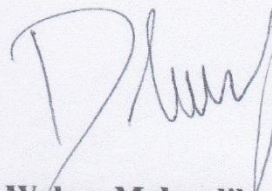
Surabaya, 21 Agustus 2018

Dosen Pembimbing I



Dr. Mohammad Anang Firmansyah, MM

Dosen Pembimbing II



Budi Wahyu Mahardika, SE., MM

Mengetahui

Kaprodi Manajemen



Anita Roosmawarni, SE.,M.SE

PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

Skripsi ini telah diujikan dan disahkan dihadapan Komisi Penguji.

Judul : **PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS JASA TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PENGGUNA JASA PENGIRIMAN
PT. J&T EXPRESS**

(Studi kasus kantor cabang perak timur) Surabaya

Nama : **WINDA ANGGRAENY LEO**

NIM : **20141221079**

Program Studi : **Manajemen**

Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis**

Universitas Muhammadiyah Surabaya

Pada Hari / Tanggal : **Jum'at, 24 Agustus 2018**

Pukul : **09.00 WIB**

Komisi Penguji terdiri dari :

Ketua Penguji :



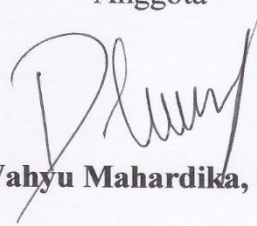
Dra. Siti Salbiyah, M.Kes

Anggota



Dr. M. Anang Firmansyah, MM

Anggota



Budi Wahyu Mahardika, SE., MM

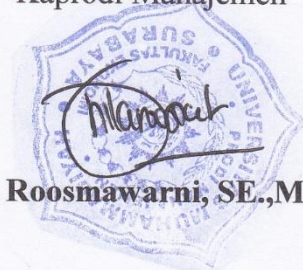
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Anna Mariana, SE., M.Si., Ak., CA

Kaprodi Manajemen



Anita Roosmawarni, SE., M.SE

6

KATA PENGANTAR

Syukur alhamdulillah saya panjatkan kehadirat Allah SWT, atas segala limpahan rahmat, taufiq serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Pengiriman Paket PT. J&T Express**”

(Studi kasus Kantor Cabang Perak Timur) Surabaya.

Penulisan skripsi ini untuk memenuhi persyaratan sebagai mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen.

Dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan masukan, arahan serta bimbingan dari berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. dr. Sukadiono, M.M., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surabaya.
2. Ibu Dr. Anna Marina, M.Si, Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis.
3. Ibu Anita Roosmawarni, SE., M.SE. selaku Ketua Program Studi Manajemen di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.
4. Bapak Dr. M. Anang Firmansyah, MM selaku Dosen Pembimbing I yang sudah banyak memberikan arahan dan bimbingan dengan penuh kesabaran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Budi Wahyu Mahardika SE., MM. selaku Dosen Pembimbing II yang sudah banyak memberikan arahan dan bimbingan dengan penuh kesabaran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Dra. Siti Salbiyah, M. Kes. selaku Dosen Penguji yang sudah memberikan arahan dan masukan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya yang telah memberikan izin dan membantu penulis untuk mengadakan penelitian.
8. Bapak, ibu, adik, teman seperjuangan, sahabat dan semua keluarga besar yang selalu memberikan semangat, dorongan baik secara moril maupun materi serta doa sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini.
9. Teman-teman Program Studi Manajemen dan semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.

Penulis telah berusaha menyusun proposal skripsi ini sesempurna mungkin, tetapi penulis menyadari bahwa dalam proposal skripsi ini masih terdapat kekurangan. Oleh sebab itu, kritik dan saran dari semua pihak sangat kami harapkan demi kesempurnaan proposal ini.

Harapan penulis, semoga proposal skripsi ini bisa dilanjutkan sebagai penelitian yang akhirnya menjadi sebuah skripsi yang bermanfaat untuk seluruh pembaca dan yang memerlukannya.

Surabaya, 31 Agustus 2018

Penulis,

Winda Anggraeny Leo

ABSTRAK

20141221079 Leo, WA. 2018. Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Pengiriman Paket PT. J&T Express (Studi Kasus Kantor Cabang Perak Timur) Surabaya. Pembimbing: (1) Dr. M. Anang Firmansyah, MM (2) Budi Wahyu Mahardhika, SE., MM.

Memiliki pelanggan yang loyal merupakan harapan setiap perusahaan, hal ini karena loyalitas pelanggan akan membuat perusahaan mampu bertahan bahkan dapat meningkatkan keuntungan dari perusahaan tersebut. Loyalitas pelanggan terhadap suatu pelayanan dilandasi oleh faktor – faktor tertentu diantaranya *brand image* dan kualitas jasa.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *brand image* dan kualitas jasa baik secara simultan maupun parsial terhadap loyalitas pelanggan populasi dalam penelitian ini adalah pengguna jasa pengiriman PT. J&T Express (Kantor Cabang Perak Timur) Surabaya dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *proportionate stratified random sampling* sehingga sampel yang diperoleh sebanyak 100 orang. Teknik analisa menggunakan regresi linier berganda.

Hasil pengujian memperlihatkan *brand image* dan kualitas jasa berpengaruh terhadap loyalitas. Kondisi ini juga mencerminkan bahwa naik turunnya tingkat loyalitas pelanggan ditentukan seberapa baik *brand image* serta kualitas jasa yang diberikan oleh perusahaan tersebut. Hasil ini didukung dengan sumbangan efektif yang diberikan sebesar 51,4% menunjukkan sumbangan yang diberikan oleh variabel tersebut secara bersama – sama terhadap loyalitas pelanggan adalah besar, sedangkan kualitas jasa paling dominan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : *Brand Image*, Kualitas Jasa, Loyalitas pelanggan.

ABSTRACT

20141221079 Leo, WA. 2018. The Effect of Brand Image and Service Quality on Customer Loyalty Users of Package Delivery Services PT. J & T Express (Case Study of East Perak Branch Office) Surabaya. Advisor: (1) Dr. M. Anang Firmansyah, MM (2) Budi Wahyu Mahardhika, SE., MM.

Having loyal customers is the expectation of every company, this is because customer loyalty will make the company able to survive and even increase profits from the company. Customer loyalty to a service is based on certain factors including brand image and service quality.

The purpose of this research was to determine the effect of brand image and service quality both simultaneously and partially on the customer loyalty of the population in this study is the delivery service user PT. J & T Express (East Perak Branch Office) Surabaya with the sampling technique using proportionate stratified random sampling so that the sample obtained is 100 people. The analysis technique used multiple linear regressions.

The test results showed that brand image and service quality have an effect on loyalty. This condition also reflects that the rise in the level of customer loyalty is determined by how well the brand image and the quality of services provided by the company. This result is supported by an effective contribution given at 51.4% showing the contribution given by the variable together to customer loyalty is large, while the most dominant service quality has a positive and significant to customer loyalty.

Keywords: Brand Image, Service Quality, Customer Loyalty.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix

BAB 1 : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Sistematika Penulisan	7

BAB 2 : KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori	9
1. Pemasaran Jasa	9
2. Promosi.....	11
3. <i>Brand Image</i>	12
4. Kualitas Jasa	18
5. Loyalitas Pelanggan	23
6. Hubungan Antar Variabel	27
B. Penelitian Terdahulu	28
C. Kerangka Konseptual.....	33
D. Hipotesis	34

BAB 3 : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian	35
B. Identifikasi Variabel.....	35
C. Definisi Operasional variabel	36
D. Teknik Pengumpulan Data	40
E. Populasi dan Sampel	41
F. Teknik Pengolahan Data	42
G. Uji Instrumen.....	43
H. Analisis Data	45

BAB 4 : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Subyek Penelitian.....	51
B. Deskripsi Hasil Penelitian.....	56
C. Uji Instrumen	62
D. Uji Asumsi Klasik	65
E. Analisis Regresi Linier Berganda	68
F. Pengujian Hipotesis	70
G. Pembahasan	74

BAB 5 : PENUTUP

A. Simpulan	78
B. Saran	78

DAFTAR RUJUKAN	75
----------------------	----

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

No. Tabel		Halaman
3.1	Definisi Konseptual dan Operational Variabel Penelitian	36
3.2	Kelas Interval	40
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	55
4.4	Kelas Interval	57
4.5	Tanggapan Responden Tentang <i>Brand Image</i>	58
4.6	Tanggapan Responden Tentang Kualitas Jasa.....	59
4.7	Tanggapan Responden Tentang Loyalitas Pelanggan	61
4.8	Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i>	62
4.9	Uji Validitas Variabel Kualitas Jasa	63
4.10	Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan.....	64
4.11	Nilai Alpha Cronbach Masing – Masing Variabel	65
4.12	Kolmogorov Smirnov	66
4.13	Hasil Uji Heteroskedastisitas Dalam Bentuk Log Natural	67
4.14	Hasil Uji Multikolinieritas	68
4.15	Hasil Uji Analisa Regresi Linier Berganda	69
4.16	Tabel Anova.....	71
4.17	Model Summary.....	72
4.18	Hasil Analisis Uji t.....	73

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar		Halaman
1.1	Perusahaan Jasa Pesaing	2
1.2	Grafik Data Pelanggan PT. J&T Express	4
1.3	Grafik Jumlah Keluhan Pelanggan Jasa Pengiriman Paket PT. J&T Express Surabaya	5
2.1	Kerangka Konseptual	33
3.1	Daerah Penerimaan dan Penolakan	50
4.1	Struktur Organisasi PT J&T Express Kantor Cabang Perak	53

DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran

1. Kuisisioner Penelitian
2. Data Tabulasi
3. Hasil Frequency Table (*SPSS*)
4. Hasil Uji Instrumen (*SPSS*)
5. Hasil Uji Analisis Data (*SPSS*)

DAFTAR RUJUKAN

- Alfiani, Wilda. 2015. Pengaruh *Brand image* dan *Service quality* Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Jasa Paketpos PT. POS INDONESIA (PERSERO) Kantor Pusat Bandung. Telkom University, Bandung.
- Conny, Sondakh. 2014. Kualitas Layanan, Citra Merek dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi Pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado). *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Vol.3 ,No.1, 2014:hal 19-32*. Program Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas SamRatulangi.
- Dian , Dwi Rachmawati. 2012. Pengaruh Kualitas Layanan Dan *Brand Image* Terhadap Loyalitas Pelanggan *Coffe Corner* di Surabaya. Undergraduate thesis, Faculty of Economics.
- Et.al Darmadi Durianto. 2004. *Strategi Menaklukan Pasar: Melalui Riset Ekuitas & Perilaku Merek*. Jakarta; Gramedia Pustaka Utama.
- Fatihudin, Didin. 2012. *Metode Penelitian Untuk Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi dari Teori ke Praktek*. PPs UMSurabaya. Surabaya.
- Firmansyah, MA., & Fatihudin, D. (2017). *Globalisasi Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Firmansyah, MA., & Mahardika, B. (2018). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ghozali. I. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS*. Edisi Ketujuh. Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Griffin, Jill. 2005. *Customer Loyalty :Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan, Terjemahan oleh Dwi Kartini Yahya*, Jakarta:Erlangga.
- Joshua, Timothy dan Haryadi, Eddy. 2013. Analisis Pengaruh Brand Image, Price Perception,dan Service Quality Terhadap Customer Loyalty Pada Pelanggan Urban Kitchen. *Jurnal Manajemen*, Vol 1 No. 1. Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya Jakarta.
- Keller, K. 2012. *Marketing Management Fourteenth Global Edition*. Jakarta: Pearson Education.
- Kotler Philip, Keller Kevin Lane. 2009. *Marketing Management*. Pearson Education; Harlow.

- Limakrisna, N., dan W.H. Susilo. 2012. *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Dalam Bisnis*. Penerbit Mitra Wacana Media, Jakarta
- Lovelock, Christopher H, Joachen Wirtz dan Jacky Mussry. 2010. *Pemasaran Jasa : Manusia, Teknologi, Strategi*. Perspektif Indonesia. Erlangga. Jakarta
- Lupiyoadi, Rahbat. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi edisi 3*. Jakarta; Salemba Empat.
- Masri. S. 2009. *Metode Penelitian Survei*. Penerbit LP3ES. Jakarta.
- Nashiruddin, M. R. 2015. *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Air Minum Dalam*. Universitas Islam Bandung.
- Oliver Richard, L. 2005. *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. NY: Irwin-McGraw-Hill.
- Pangandaheng, Fony. 2015. "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Hadji Kalla Palu". *e-Jurnal Katalogis. Volume 3. Nomor 2. Pebruari 2015*. Hal. 51-67. Universitas Tadulako. Sulawesi. Palu
- Rangkuti, Fredy. 2009. *The Power Of Brand*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.pertama, Penerbit : Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Ratnasari, Ririn Tri dan Mastuti Aksa. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Riduwan dan Kuncoro, Engkos Achmad. 2011. *Cara Menggunakan dan Memaknai Analisis Jalur (Path Analysis)*. Bandung: Alfabeta.
- Sari, Kiki. M. D . 2013. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan Spesial Sambal Di Pabelan". Skripsi. (Tidak Diterbitkan). Surakarta: UMS.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2012). *Perilaku Konsumen Edisi ketujuh*. Prentice Hall: New Jersey.
- Suryani, Tatik 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet Implikasinya pada Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung:Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan*. Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, serta R dan D. Alfabeta.
- Tumpal P. Handro. 2012. "Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen". *Management Analysis Journal. Vol 1. No. 1*. Universitas Negeri Semarang. Semarang.

Wijayanto Indra, Sri Setyo Iriani. 2013. "Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen". *Jurnal Ilmu Manajemen*. Volume 1 Nomor 3 Mei 2013. (diakses pada 15 Juni 2016 11:50)

Zeithaml, Valerie A. Leonard Berry dan A. Parasuraman. 1996. The Behavioral Consequences of Service Quality. *The Journal of Marketing* Vol. 60, No. 2, pp.31-46 Jakarta : Erlangga.