

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN, DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN
J&T EXPRESS DI KOTA MADIUN**



OLEH:
DITA RETNO SARI
51416018

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
KAMPUS KOTA MADIUN
2020**

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN, DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN
J&T EXPRESS DI KOTA MADIUN**

SKRIPSI

Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
KAMPUS KOTA MADIUN

Untuk Memenuhi Sebagian Pernyataan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen

OLEH:
DITA RETNO SARI
51416018

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
KAMPUS KOTA MADIUN
2020

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN, DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN
J&T EXPRESS DI KOTA MADIUN

OLEH :
DITA RETNO SARI
51416018

Telah disetujui dan diterima dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing,



Dra. Dyah Kurniawati, M.Si.
NIDN. 0713126601

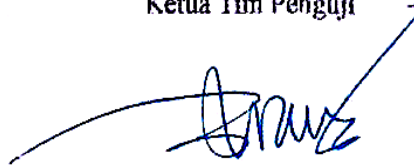
Tanggal : 25 September 2020

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : Dita Retno Sari NIM 51416018

Telah diuji pada tanggal 25 September 2020 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji




Veronika Agustini SM., S.E., M.Si
NIDN. 0717087201

Mengetahui,

Dekan,

I. Melovicus Lasdi, MM., Ak., CA., CPA
NIDN. 0713097203

Ketua Program Studi,

VIVI Anyam, S.E., M.Sc.
NIDN. 0717128001

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun :

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dita Retno Sari

NIM : 51416018

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Penggunaan J&T Express di Kota Madiun.

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan plagiarism, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (digital library Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Madiun, 25 September 2020.

Yang menyatakan,

A green and yellow revenue stamp (Meterai Tempel) for 6000 Rupiah. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'METERAI TEMPEL', '17C38AHF604227132', '6000', and 'ENAM RIBU RUPIAH'. A blue ink signature is written over the stamp.

Dita Retno Sari

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kepada Allah SWT atas seluruh Karunia dan Hidayah yang telah Ia limpahkan dalam segala hal sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul: “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Penggunaan J&T Express di kota Madiun”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan kehidupan, keselamatan, kesehatan, dan segala kebaikan baik jasmani maupun rohani.
2. Nabi Muhammad SAW yang senantiasa menjadi panutan kami.
3. Ibu Vivi Ariyani S.E., M.Sc. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun.
4. Ibu Dra. Dyah Kurniawati, M.Si. selaku dosen pembimbing yang bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan saran, kritik, dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun.
6. Seluruh karyawan khususnya TU manajemen dan petugas perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun yang telah memberikan pelayanan terbaik.
7. J&T Express yang memberikan izin untuk penyebaran kuesioner pada responden.
8. Konsumen J&T Express yang bersedia menjadi responden dan meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penulis.

9. Orang tuaku yang sangat kucintai Bapakku Supardi dan Ibuku Suminten, Nenekku Sinah, Adekkku Intan Dwi Permata Sari, Sepupuku Mbak Anis & Dek Denok, dan Keluargaku di Mojokerto. Terimakasih telah memberikan doa, semangat, dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Kesayanganku Yosi Zullian Krismonika, Nanda Suryatama, dan Shofyah yang selalu menjadi sohib ku dan terimakasih untuk segalanya.
11. Sahabatku “BEREMPAT” yaitu Diyah Ayu Danarini, Angely Handyana Putri, dan Alivia Rahma Ardianti, yang telah memberikan semangat selama menempuh sarjana manajemen dan terimakasih telah selalu menemaniku dalam keadaan apapun.
12. Teman pemburu kuliner Nanda dan Meyka yang memberikan semangat agar dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
13. Teman-teman Manajemen Angkatan 2016, dan teman KKN yang selalu memberikan cerita baru dalam kehidupan kuliah saya.
14. BTS (Kim Seok Jin, Min Yoon Gi, Kim Nam Joon, Jung Ho Seok, Park Ji Min, Kim Tae Hyung, Jeon Jung Kook), terimakasih telah hadir ke dalam hidupku dengan karya yang membuatku semangat serta memberikan kebahagiaan dalam menjalani hidup, mengajarkanku untuk mencintai diri sendiri, dan membuatku terhibur selama 5 tahun ini. I PURPLE YOU.
15. Semua pihak yang tidak disebutkan satu per satu yang telah memberikan doa, motivasi, bantuan, dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih yang tidak terhingga kepada semua pihak yang terlibat, dengan harapan semoga penelitian ini dapat bermanfaat untuk semua pihak.

Madiun, 25 September 2020



Dita Retno Sari

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAKSI	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi	8
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Pemasaran	9
2.1.2 Jasa	10
2.1.3 Bauran Pemasaran Jasa	11
2.1.4 Kualitas Pelayanan	18
2.1.5 Citra Merek	20
2.1.6 Keputusan Pembelian	22
2.2 Hubungan Antar Variabel	25
2.2.1 Pengaruh citra merek dengan keputusan pembelian.	25
2.2.2 Pengaruh kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian. ..	26
2.2.3 Pengaruh persepsi harga dengan keputusan pembelian	27
2.3 Penelitian Terdahulu	28
2.4 Hipotesis	31
2.5 Kerangka Teori	31
BAB 3 METODE PENELITIAN	32
3.1 Desain Penelitian	32
3.2 Identifikasi, Definisi Operasional, dan Pengukuran Variabel	32
3.2.1 Identifikasi variabel penelitian	32
3.2.2 Definisi operasional dan pengukuran variabel	33
3.2.3 Pengukuran Variabel.	36
3.3 Jenis dan Sumber Data	36
3.4 Metode Pengumpulan Data	36
3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Penyampelan	37
3.5.1 Populasi	37
3.5.2 Sampel	37
3.5.3 Teknik pengambilan sampel	38
3.6 Teknik Analisis Data	39

3.6.1 Uji Kualitas Data.....	39
3.6.2 Uji asumsi klasik	39
3.6.3 Uji regresi linier berganda	40
3.6.4 Uji Korelasi Koefisien Determinasi (R^2)	41
3.6.5 Pengujian hipotesis (Uji t)	41
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.	43
4.1.1 Gambaran Umum Kota Madiun.....	43
4.1.2 Gambaran Umum J&T Express.....	43
4.2 Deskripsi Data.....	44
4.2.1 Deskripsi Responden.....	44
4.2.2 Deskripsi Variabel.....	46
4.3 Hasil Analisis Data.....	52
4.3.1 Uji Kualitas Data.....	52
4.3.2 Uji Asumsi Klasik	54
4.3.3 Uji Regresi Linier Berganda	56
4.3.4 Korelasi Koefisien Determinasi (R^2)	58
4.3.5 Pengujian Hipotesis (Uji t)	58
4.4 Pembahasan.....	61
BAB 5 SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN	65
5.1 Simpulan	65
5.2 Keterbatasan Penelitian	65
5.3 Saran	66
5.3.1 Saran Akademis	66
5.3.2 Saran Praktis	66

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perusahaan Pengiriman Barang.....	6
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang	30
Tabel 4.1	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	44
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	45
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Setiap Bulan	45
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat	46
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pengiriman Paket Menggunakan J&T Express	46
Tabel 4.6	Rentang Skala.....	47
Tabel 4.7	Tanggapan Responden terhadap Variabel Citra Merek.....	47
Tabel 4.8	Tanggapan Responden terhadap Variabel Kualitas Pelayanan.....	48
Tabel 4.9	Tanggapan Responden terhadap Variabel Persepsi Harga	49
Tabel 4.10	Tanggapan Responden terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	50
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas	52
Tabel 4.12	Hasil Uji Reliabilitas	54
Tabel 4.13	Hasil Uji Multikoleniaritas	55
Tabel 4.14	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian.....	31
Gambar 4.1 Logo J&T Express	44
Gambar 4.2 Grafik Normal P-Plot.....	54
Gambar 4.3 Grafik scatterplot	56
Gambar 4.4 Kurva Daerah Penerimaan Atau Penolakan Variabel Citra Merek ..	59
Gambar 4.5 Kurva Daerah Penerimaan Atau Penolakan Variabel Kualitas Pelayanan	60
Gambar 4.6 Kurva Daerah Penerimaan Atau Penolakan Variabel Persepsi Harga	60

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Balasan J&T Express
- Lampiran 2 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3 Karakteristik Responden
- Lampiran 4 Jawaban Pertanyaan Penelitian
- Lampiran 5 Analisis Statistik Deskriptif
- Lampiran 6 Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 7 Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 8 Analisis Regresi Linier Berganda
- Lampiran 9 Tabel r
- Lampiran 10 Tabel t

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji signifikansi pengaruh positif citra merek, kualitas pelayanan, dan persepsi harga terhadap keputusan penggunaan konsumen J&T Express. Sampel pada penelitian ini yaitu konsumen yang pernah melakukan pengiriman paket dengan menggunakan J&T Express di Kota Madiun, jumlah sampel sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik *non probability sampling* dan metode *purposive sampling*. Teknik analisis menggunakan regresi linier berganda yaitu uji t dengan menggunakan program SPSS 22 *for windows*. Penelitian ini menemukan hasil bahwa citra merek, kualitas pelayanan, dan persepsi harga secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan penggunaan J&T Express. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,681 (68,1%), artinya 68,1% keputusan penggunaan pada J&T Express dipengaruhi oleh variabel citra merek, kualitas pelayanan, dan persepsi harga, kemudian sisanya 31,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam persamaan model regresi ini. Dalam penelitian ini variabel yang dominan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan adalah variabel persepsi harga.

Kata Kunci: *Citra merek, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Keputusan Penggunaan.*

**THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, SERVICE QUALITY, AND
PRICE PRECEPTION ON THE DECISION TO USE
OF J&T EXPRESS IN MADIUN CITY**

ABSTRACT

This study aims to examine the significance of the positive influence of brand image, service quality, and price perception on the decision to use J&T Express consumers. The sample in this study is consumers who have delivered packages using J&T Express in Madiun City, the total sample is 100 respondents using non-probability sampling techniques and purposive sampling method. The analysis technique used multiple linear regression, namely the t test using the SPSS 22 for windows program. This study found that brand image, service quality, and price perception partially had a significant and positive effect on the decision to use J&T Express. The coefficient of determination (R^2) is 0.681 (68.1%), meaning that 68.1% of the decision to use J&T Express is influenced by the variables of brand image, service quality, and price perception, then the remaining 31.9% is influenced by other variables that do not exist. In this regression model equation. In this study, the dominant variable that affects the use decision is the price perception variable.

Keywords: Brand image, Service Quality, Price Perception, and Use Decisions.