

**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK DAN  
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT  
POS INDONESIA  
(Studi pada PT Pos Indonesia Cabang Kebon Jeruk)**

**SKRIPSI**



**Nama : Lilis Sugiarti**

**NIM : 43116120229**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2021**

**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK DAN  
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT  
POS INDONESIA  
(Studi pada PT Pos Indonesia Cabang Kebon Jeruk)**

**Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana  
Jakarta**



**Nama : Lilis Sugiarti**

**NIM : 43116120229**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA**

**2021**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lilis Sugiarti

NIM : 43116120229

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 17 Maret 2021

  
Lilis Sugiarti  
43116120229

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Lilis Sugiarti  
NIM : 43116120229  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Pos Indonesia (Studi pada PT Pos Indonesia Cabang Kebon Jeruk)  
Tanggal Sidang : 21 April 2021

Disahkan oleh :

Pembimbing

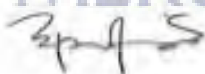


Dr. Daru Asih, SE., M.Si

UNIVERSITAS

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

LPTA 07210037



Please Scan QRCode to Verify

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antar variabel citra merek, kepercayaan merek dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT Pos Indonesia. Objek penelitian ini merupakan konsumen yang pernah menggunakan jasa PT Pos Indonesia, dengan sample sebanyak 167 responden. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Component* atau *Variance Based Structural Equation Model* dengan alat analisis (Smart-PLS 3.0). Hasil Penelitian ini membuktikan bahwa citra mereka berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kepercayaan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

**Kata kunci** : Citra Merek, Kepercayaan Merek, Kualitas Pelayanan Kepuasan Pelanggan



## ABSTRACT

*This study aims to analyze the relationship between the variables of brand image, brand trust and service quality on customer satisfaction at PT Pos Indonesia. The object of this research is consumers who have used PT Pos Indonesia services, with a sample of 167 respondents. The approach used in this study is the Component or Variance Based Structural Equation Model with analysis tools (Smart-PLS 3.0). The results of this study prove that their image has a significant effect on customer satisfaction. Brand trust has a positive and significant effect on customer satisfaction. Service quality has a negative and insignificant effect on customer satisfaction.*

**Keywords:** *Brand Image, Brand Trust, Service Quality, Customer Satisfaction*



## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan judul **“Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Pos Indonesia (Studi pada PT Pos Indonesia Cabang Kebon Jeruk)”**. Penelitian ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan penelitian ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Ibu Dr. Daru Asih., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti haturkan alhamdulillah atas ketentuan Allah SWT dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Ngadino Surip, M.S selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE., M.Si., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dr. H. Sonny Indrajaya, MM Selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana
4. Dr. Rina Astini, MM Selaku Dosen Metodologi Penelitian

5. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
6. Kedua orangtua tercinta serta kedua mertua yang telah memberikan semangat, doa, dukungan moral yang tiada henti-hentinya kepada peneliti dan memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan penelitian ini.
7. Suami tercinta dan Putra putriku yang telah setia menemani dan selalu memberikan semangat, dukungan moral dan moril, serta memberikan banyak inspirasi kepada peneliti. Sehingga peneliti mampu menyelesaikan penelitian ini tepat waktu.
8. Teman seperjuangan Tata, Lina, Jeje dan Ruby terima kasih atas bantuan, motivasi, memberikan semangat serta doanya.
9. Seluruh teman-teman Manajemen S1 FEB UMB Meruya yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terima kasih atas motivasi serta doanya. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki peneliti. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga penelitian ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 07 Maret 2021

Lilis Sugiarti



## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....</b>	<b>I</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>II</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>III</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>IV</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>V</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>VII</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>X</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>XI</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>XII</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A.Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	13
C.Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....	14
1. Tujuan Penelitian.....	14
2. Kontribusi Penelitian.....	14
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....</b>	<b>15</b>
<b>A.KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>15</b>
1.E-Marketing.....	15
a.Pengertian <i>E-Marketing</i> .....	15
b.Dimensi E-Marketing .....	16
2.Citra Merek.....	17
a.Pengertian Citra Merek.....	17
b.Manfaat Citra Merek .....	18
c.Dimensi dan Indikator Citra Merek.....	19
3.Kepercayaan Merek .....	20
a.Definisi Kepercayaan Merek .....	20
b.Dimensi Kepercayaan Merek.....	22
4.Kualitas Pelayanan .....	23
a.Definisi Kualitas Pelayanan.....	23

b.Faktor yang mempengaruhi Kualitas Pelayanan.....	24
c.Prinsip-prinsip Kualitas Pelayanan .....	26
5. Kepuasan Pelanggan .....	28
a.Definisi Kepuasan Pelanggan .....	28
b.Dimensi Kepuasan Pelanggan .....	29
B.Penelitian Terdahulu .....	30
C.Pengembangan Hipotesis.....	38
D. Rerangka Konseptual.....	40
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>41</b>
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	41
B. Desain Penelitian.....	41
C.Definisi dan Operasional Variabel.....	42
1.Definisi Variabel.....	42
2.Operasional Variabel.....	43
D.Skala Pengukuran.....	45
1. Populasi.....	45
2. Sampel.....	46
F.Jenis dan Sumber Data.....	47
G.Metode Pengumpulan Data.....	47
H.Metode Analisi Data.....	48
1.Analisis Deskriptif Responden.....	48
2.Analisis Deskriptif Variabel.....	48
3.Analisis Partial Least Square.....	49
a.Pengertian Partial Least Square.....	49
b.Menguji Model Pengukuran (Outer Model).....	50
c.Menguji Model Struktural (Merancang Inner Model).....	51
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>53</b>
A.Gambaran Umum Perusahaan.....	53
B. Analisis Deskriptif.....	54
1. Deskripsi Responden.....	54
2. Deskripsi Variabel.....	58

C. Hasil Uji Kualitas Data.....	63
1. Evaluasi Measurment (outer) Model.....	63.
a) Hasil Pengujian Convergent Validity.....	65
b) Hasil Pengujian Discriminant Validity (Cross Loading).....	66
c) Hasil Pengujian Composite Reliability dan <i>Cronbach Alpha</i> .....	69
2. Hasil Pengujian Model Struktural (Inner Model).....	70.
a) Pengujian Nilai R-Square.....	70.
b) Pengujian Goodness Of Fit Model.....	70
c) Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur).....	71
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	72
1. Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan.....	73
2. Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Kepuasan Pelanggan.....	74
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	74
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>76</b>
A. Kesimpulan.....	76
B. Saran.....	77
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>80</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 1 Top <i>Brand</i> Index Jasa Kurir di Indonesia.....	6
Tabel 1 2 Data Hasil Pra Survei .....	12
Tabel 2 1 Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel 3 1 Operasional Variabel.....	43
Tabel 3 2 Panduan Skala Likert.....	45
Tabel 4 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
Tabel 4 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	56
Tabel 4 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	56
Tabel 4 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	57
Tabel 4 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan .....	58
Tabel 4 6 Uji Deskriptif Variabel Citra Merek .....	59
Tabel 4 7 Uji Deskriptif Variabel Kepercayaan Merek .....	60
Tabel 4 8 Uji Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan.....	61
Tabel 4 9 Uji Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan.....	62
Tabel 4 10 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> .....	63
Tabel 4 11 Hasil Pengujian <i>Covergent Validity</i> (Modifikasi).....	65
Tabel 4 12 Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i> ( <i>Cross loadings</i> ).....	67
Tabel 4 13 Hasil Pengujian AVE.....	68
Tabel 4 14 Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i> ( <i>Fornell Lacker Criterium</i> ) ...	68
Tabel 4 15 Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> .....	69
Tabel 4 16 Hasil Pengujian <i>Cronbach's Alpha</i> .....	69
Tabel 4 17 Nilai $R^2$ Variabel Endogen.....	70
Tabel 4 18 Hasil Pengujian Hipotesis.....	72

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1 <i>E-commerce</i> dengan Pengunjung Terbesar Kuartal III-2020.....	2
Gambar 1 2 <i>Annual Report</i> Jasa kurir PT Pos Indonesia.....	7
Gambar 1 3 Jumlah Pelanggan yang Menggunakan Jasa PT Pos Indonesia .....	11
Gambar 1 4 Jumlah Pelanggan Pengguna Jasa Selain PT Pos Indonesia .....	11
Gambar 2 1 Rerangka Konseptual.....	40
Gambar 4 1 Hasil Algoritma PLS.....	64
Gambar 4 2 Hasil Algoritma PLS (Modifikasi) .....	66
Gambar 4 3 Hasil Uji <i>Bootstrapping</i> .....	72



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 KUISIONER PENELITIAN .....	83
Lampiran 2 TABULASI DATA.....	90
Lampiran 3 HASIL UJI MODEL PENGUKURAN.....	105

