

**PENGARUH CITRA MERK, TARIF, KUALITAS ELAYANAN
DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA
JASA PENGIRIMAN J&T EXPRESS SRAGI**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

MAUKIYATUL NISROKHAH
NIM:2013115223

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2022**

**PENGARUH CITRA MERK, TARIF, KUALITAS ELAYANAN
DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA
JASA PENGIRIMAN J&T EXPRESS SRAGI**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

MAUKIYATUL NISROKHAH
NIM:2013115223

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2022**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **Maukiyatul Nisrokhah**

NIM : **2013115223**

Jurusan : **Ekonomi Syariah**

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek, Tarif, Kualitas Layanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Pengiriman Barang J&T Express Sragi”** ini merupakan hasil karya sendiri kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya. Apabila skripsi ini terbukti merupakan hasil duplikasi atau plagiasi, penulis bersedia menerima sanksi akademik dengan di cabut gelarnya.

Pekalongan, 13 Mei 2022

Yang menyatakan



Maukiyatul Nisrokhah
NIM. 2013115223

NOTA PEMBIMBING

Muhammad Aris Safi'i

Perum Prisma Garden Tirto, Pekalongan Barat, Kota Pekalongan

Lamp : 3 (tiga) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Maukiyatul Nisrokhah

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Pekalongan
c/q. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
di
PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

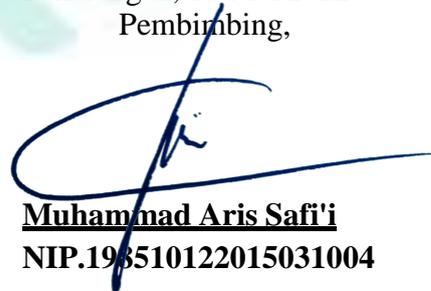
Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini kami kirimkan naskah skripsi saudara :

Nama : **Maukiyatul Nisrokhah**
NIM : **2013115223**
Jurusan : **Ekonomi Syariah**
Judul : **Pengaruh Citra Merek, Tarif, Kualitas Pelayanan
DanKepuasan Terhadap Loyalitas Pengguna JasaPengiriman J&T
Express Sragi**

Dengan ini mohon agar Skripsi saudara tersebut segera dapat dimunaqosahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 13 Mei 2022
Pembimbing,



Muhammad Aris Safi'i
NIP.198510122015031004



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Pahlawan, Rowolaku, Kajen Telepon 085728204134, Faksimili (0285) 423418
Website: febi.iainpekalongan.ac.id E-mail: febi@iainpekalongan.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri
(IAIN) Pekalongan mengesahkan Skripsi Saudari:

Nama : **Maukiyatul Nisrokhhah**
NIM : **2013115223**
Judul Skripsi : **Pengaruh Citra Merek, Tarif, Kualitas Pelayanan, Dan
Kepuasan Terhadap Loyalitas Pengguna Jasa
Pengiriman Barang J&T Express Sragi**

Yang telah diujikan pada hari Selasa, tanggal 24 Mei 2022 dan
dinyatakan **LULUS**, serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Dewan Penguji,

Penguji I

M. Sulthoni, Lc., M.A, M.S.I., Ph.D

NIP. 197507062008011016

Penguji II

Abdul Ghofar Saifudin, M.S.I., Lc

NIP. 198402222019031003

Pekalongan, 24 Mei 2022

Disahkan oleh,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.

NIP. 19750220 199903 2 001

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut:

1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi itu sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)

	Ta	ﺕ	te (dengan titik di bawah)
	Za	ﺯ	zet (dengan titik di bawah)
	‘ain	ء	Koma terbalik (di atas)
	Gain	ﻍ	Ge
	Fa	ﻑ	Ef
	Qaf	ﻕ	Qi
	Kaf	ﻙ	Ka
	Lam	ﻝ	El
	Mim	ﻡ	Em
	Nun	ﻥ	En
	Wau	ﻭ	We
	Ha	ﻩ	Ha
	hamzah	ء	Apostrof
	Ya	ﻱ	Ye

2. Vokal

Vokal tunggal	Vokal rangkap	Vokal panjang
ا = a		ا = ā
ي = i	يا = ai	ي = ī
و = u	او = au	و = ū

3. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh :

مرآة جميلة ditulis *mar'atun jamilah*

Ta Marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh :

فاطمة ditulis *fatimah*

4. Syaddad (tasyid, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberikan tanda *syaddad* tersebut.

Contoh :

ربنا ditulis *rabbānā*

البر ditulis al-birr

5. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu

Contoh :

الشمس ditulis *asy-syamsu*

الرجل ditulis *ar-rajulu*

السيدة ditulis *as-sayyidah*

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qamariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh :

القمر ditulis *al-qamar*

البديع ditulis *al-badi'*

الجالل ditulis *al-jalāl*

6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof /'/.

Contoh :

امرت ditulis *umirtu*

شيء ditulis *syai'un*

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Ucapan syukur hanya tertuju untuk-Mu ya Rabb, atas limpahan karunia berupa nikmat iman, Islam, kesehatan, waktu dan kesempatan. Sholawat dan salam semoga selalu tercurah kepada suri teladan sepanjang masa, Nabi Muhammad Saw dan orang-orang yang senantiasa istiqomah di jalan-Nya.

Sebagai bentuk cinta dan tanda kasih, kupersembahkan Skripsi ini kepada:

1. Allah SWT

Alhamdulillah hirobbil alamin, atas pertolongan Allah saya dapat mengerjakan skripsi ini hingga selesai. Atas pertolonganNya lah, ikhtiyar yang saya lakukan sampai saat ini terselesaikan.

2. Kedua Cahayaku (Ayahanda dan Ibunda)

Terimakasih atas cahaya yang diberikan untuk menyinari jalan ananda sehingga dapat terus menapaki jalan perjuangan ini. Juga atas jeri payah dan pengorbanan yang dilakukan demi melihat kami dapat berlari menggapai mimpi. Tentu capaian yang ananda raih tidak lepas dari untaian do'a panjang yang Bapak Ibu lantunkan pada sepertiga malam dengan sujud yang mendalam. Nampak jelas tanda cinta Bapak Ibu dalam raut wajah yang mulai keriput itu. Semoga senantiasa dalam lindungan dan penjagaan Allah Swt.

3. Saudara-saudaraku. Terimakasih telah memberi warna dinamika kehidupan keluarga. Keberadaan kalian menjadi penawar sakit, penyembuh luka serta sumber kebahagiaan dan inspirasi dalam hidup. Semoga Allah ridhoi ibadah dan aktifitas kita, dan menyatukan kembali di jannah-Nya kelak.

4. Terimakasih untuk suamiku Syaiful Bahri dan anakku Keenan yang selalu mendukungku dalam kelancaran skripsi ini, terimakasih dukungannya dan pengorbanannya.
5. Terimakasih untuk teman ku Oppi Saraswati, teman seperjuanganku untuk saling support demi menyelesaikan skripsi bersama dan terimakasih untuk teman baikku Zyzya yang sudah berjuang bersama sampai detik ini.
6. Terimakasih untuk sahabat-sahabatku Nafisah, Irna, Mufrodah, Emil, Syafira yang sudah memberikan support dan dorongan dalam menyelesaikan skripsi ini

MOTTO

Tidak Usah Menjadi Yang Terbaik

CUKUP

Berada Diantara Orang-Orang Yang

TERBAIK

ABSTRAK

MAUKIYATUL NISROKHAH, Pengaruh citra merek, tarif, kualitas pelayanan dan kepuasanberpengaruh terhadap loyalitas pengguna jasa pengiriman barang J&T Express Sragi.

Maraknya jasa pengiriman barang yang terus bermunculan, namun berdasarkan data dari J&T Express Sragi menunjukkan bahwa 3 bulan terakhir di tahun 2021, PU Reguler mengalami peningkatan setiap bulannya. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen terhadap J&T Express Sragi terus meningkat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah citra merek, tarif, kualitas pelayanan dan kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pengguna jasa pengiriman barang J&T Express Sragi. Serta untuk mengetahui variabel apa yang paling berpengaruh.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan jenis penelitian lapangan, dengan sumber data menggunakan data primer dan data sekunder, teknik pengumpulan data dengan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan J&T Express Sragi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non propability sampling* dengan metode *incidental sampling* dan sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 100 pengunjung. Teknik analisis data adalah analisis regresi linear berganda, dengan menggunakan program SPSS versi 17.0. Variabel dalam penelitian ini adalah Loyalitas Pelanggan (Y), Citra Merek (X1), Tarif (X2), Kualitas Layanan (X3), dan Kepuasan (X4).

Hasil penelitian membuktikan bahwa citra merek, tarif, kualitas pelayanan dan kepuasan berpengaruh signifikan pada terhadap loyalitas pengguna jasa pengiriman barang J&T Express Sragi. Sedangkan hasil penelitian ini secara simultan menunjukkan bahwa citra merek, tarif, kualitas pelayanan dan kepuasan secara bersama-sama berpengaruh signifikan loyalitas pengguna jasa pengiriman barang J&T Express Sragi.

Kata Kunci : Citra Merek, Tarif, Kualitas Layanan, Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

MAUKIYATUL NISROKHAH, The influence of brand image, rates, service quality and satisfaction that affect the loyalty of users of J&T Express Sragi goods delivery services.

The rise of goods delivery services that keep popping up, but based on data from J&T Express Sragi, it shows that in the last 3 months of 2021, Regular PU has increased every month. This shows that consumer confidence in J&T Express Sragi continues to increase. This study aims to determine whether brand image, tariffs, service quality and satisfaction affect the loyalty of users of J&T Express Sragi goods delivery services. As well as to find out what variables have the most influence.

This study uses a quantitative approach, with the type of field research, with data sources using primary data and secondary data, data collection techniques using questionnaires. The population in this study is the customer of J&T Express Sragi. The sampling technique used is non-probability sampling with incidental sampling method and the sample used in this study was 100 visitors. The data analysis technique is multiple linear regression analysis, using SPSS version 17.0 program. The variables in this study are Customer Loyalty (Y), Brand Image (X1), Rates (X2), Service Quality (X3), and Satisfaction (X4).

The results of the study prove that brand image, rates, service quality and satisfaction have a significant effect on the loyalty of users of J&T Express Sragi goods delivery services. Meanwhile, the results of this study simultaneously show that brand image, rates, service quality and satisfaction together have a significant effect on the loyalty of users of J&T Express Sragi goods delivery services.

Keywords: Brand Image, Rates, Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty

KATA PENGANTAR

Assalamu' alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, puji syukur hanya kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan nikmat-Nya, serta memberikan kemudahan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi sehingga tersusunlah skripsi yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek, Tarif, Kualitas Layanan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Pengiriman Barang J&T Express Sragi”**.Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada teladan kita Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat dan orang-orang yang istiqomah di jalan-Nya. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan program sarjana (S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis telah mendapatkan banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag, selaku Rektor IAIN Pekalongan yang telah memberikan izin penulis menyelesaikan studi S1 Ekonomi Syariah di IAIN Pekalongan.
2. Ibu Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H.,M.H selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan bimbingan dan nasihat-nasihat terhadap penulis.
3. Bapak Muhammad Aris Syafi'i M.E.I selaku Ketua Jurusan S1 Ekonomi Syariah.

4. Ibu Happy Sista Devy, S.E.,M.M selaku Sekertaris Jurusan S1 Ekonomi Syariah.
5. Bapak Dr. Maghfur, M.Ag selaku Dosen Wali yang telah meluangkan waktu dan memberikan pengarahan, selalu memberikan motivasi agar cepat lulus kepada penulis.
6. Bapak Muhammad Aris Syafi'i M.E.I selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu dan memberikan pengarahan kepada penulis sehingga terselesaikannya Skripsi ini.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan atas semua ilmu yang telah diberikan, semoga berkah dan bermanfaat.
8. Seluruh Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membantu dalam kelengkapan administrasi dan mempermudah dalam penyelesaian penelitian.
9. Kepala perpustakaan beserta stafnya yang telah memberikan kemudahan kepada penulis dlam mencari bahan dan literatur dalam pembuatan penelitian.
10. Pelanggan J&T Express Sragi yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner/angket dalam memperoleh data.
11. Orang tua tercinta, atas didikan, bimbingan, dan pengorbanan serta do'a yang tiada henti untuk penulis.Saudara-saudaraku tersayang, semoga kita bisa menjadi kebanggaan bagi orang tua

12. Semua pihak yang penulis tidak dapat sebutkan satu per satu, yang telah dengan tulis ikhlas memberikan do'a dan dukungan hingga dapat terselesaikannya skripsi ini.

Akhirnya kepada semua pihak tidak dapat penulis sebutkan satu persatu dalam kesempatan ini, semoga Allah SWT melimpahkan pahala dan rizki atas segala amal baiknya, terlebih bagi umatnya yang sedang menimba ilmu bermanfaat.

Wa Billa hi' taufiq wal hidayah, Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 13 Mei 2022

Penulis.



Maukiyatul Nisrokhah
NIM. 2013115223

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
DEKLARASI	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
PERSEMBAHAN.....	viii
MOTTO	x
ABSTRAK	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
E. Sistematika Penulisan	7
BAB II KERANGKA TEORI.....	9
A. Landasan Teori.....	9
1. Citra Merek	9
2. Tarif.....	10
3. Kualitas Pelayanan	11
4. Kepuasan	12
5. Loyalitas Konsumen.....	13
B. Penelitian Terdahulu.....	15
C. Kerangka Berfikir.....	22
D. Hipotesis Penelitian.....	24
BAB III METODE PENELITIAN	26
A. Ruang Lingkup Penelitian.....	26

B.	Pendekatan dan Jenis Penelitian	26
C.	Sumber Data	26
D.	Populasi dan Sampel	27
E.	Teknik Pengumpulan Data	29
F.	Variable Penelitian dan Definisi Operasional	31
G.	Metode Analisis Data	35
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN		41
A.	Deskripsi Data	41
1.	Deskripsi Data Penelitian	41
2.	Karakteristik Responden.....	42
3.	Analisis Jawaban Responden Variabel Citra Merek	46
4.	Analisis Jawaban Responden Variabel Tarif	49
5.	Analisis Jawaban Responden Variabel Kualitas Layanan.....	51
6.	Analisis Jawaban Responden Variabel Kepuasan	54
7.	Analisis Jawaban Responden Mengenai Loyalitas Pelanggan	57
B.	Analisis Data	59
1.	Uji Validitas	59
2.	Uji Reliabilitas	64
3.	Uji Asumsi Klasik	67
a.	Uji Normalitas	67
b.	Uji Multikolinearitas.....	69
c.	Uji Heteroskedastisitas	71
4.	Uji Regresi Linier Berganda.....	72
5.	Uji Hipotesis	74
a.	Uji T (Parsial)	74
b.	Uji F (Simultan).....	77
6.	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	78
C.	Pembahasan Analisis Data	79
1.	Variabel Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan	80
2.	Variabel Tarif Terhadap Loyalitas Pelanggan	81
3.	Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan	82
4.	Variabel Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan	83

5. Variabel Citra Merek, Tarif, Kualitas Pelayanan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	84
BAB V PENUTUP.....	88
A. Kesimpulan.....	88
B. Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA.....	92
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	96

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Konsumen J&T Express Sragi 2021	3
Tabel 1.1 Jumlah Konsumen Tiki Sragi 2021	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.1 Kriteria Skala Likert.....	30
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Independen dan Dependen	32
Tabel 4.1 Analisis Deskriptif Jenis Kelamin.....	42
Tabel 4.2 Analisis Deskriptif Usia Responden	43
Tabel 4.3 Analisis Deskriptif Pendidikan Responden.....	44
Tabel 4.4 Analisis Deskriptif Intensitas Responden Menggunakan Jasa	45
Tabel 4.5 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek	46
Tabel 4.6 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Tarif.....	49
Tabel 4.7 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Layanan.....	52
Tabel 4.8 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan	54
Tabel 4.9 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan	57
Tabel 4.10 Hasil Analisis Uji Validitas Variabel Citra Merek.....	60
Tabel 4.11 Hasil Analisis Uji Validitas Variabel Tarif	61
Tabel 4.12 Hasil Analisis Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan	62
Tabel 4.13 Hasil Analisis Uji Validitas Variabel Kepuasan	62
Tabel 4.14 Hasil Analisis Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan.....	63
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek.....	65
Tabel 4.16 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Tarif	65
Tabel 4.17 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan.....	66

Tabel 4.18 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan	66
Tabel 4.19 Hasil Uji Reliabilitas Loyalitas Pelanggan.....	67
Tabel 4.20 Hasil Uji Normalitas Metode Kolmogorov-Smirnov.....	68
Tabel 4.21 Hasil Uji Multikolinearitas.....	70
Tabel 4.22 Hasil Uji Glejser.....	72
Tabel 4.23 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	73
Tabel 4.24 Hasil Uji T (Parsial)	76
Tabel 4.25 Hasil Uji F (Simultan)	78
Tabel 4.26 Hasil Uji Koefisien Determinasi	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir Penelitian.....	22
Gambar 4.1 Uji Normalitas Metode Grafik P Plot.....	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Data Mentah Rekapitulasi Kuesioner

Lampiran 3 Deskripsi Data Responden

Lampiran 4 Output Uji Validitas

Lampiran 5 Output Uji Reliabilitas

Lampiran 6 Output Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

Lampiran 7 Output Uji Normalitas P-Plot

Lampiran 8 Output Uji Multikolinearitas

Lampiran 9 Output Uji Heterosidastisitas

Lampiran 10 Output Regresi Linier Berganda

Lampiran 11 Output Uji T (Parsial)

Lampiran 12 Output Uji F (Simultan)

Lampiran 13 Output Koefisien Determinasi.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia bisnis yang sangat pesat akan berdampak terhadap tingkat persaingan antar perusahaan penyedia jasa pengiriman barang (Ekspedisi) dalam pemenuhan kebutuhan bagi masyarakat. Pesatnya perkembangan perusahaan penyedia jasa pengiriman barang, maka akan berdampak pada semakin tingginya tingkat persaingan antar perusahaan. Semakin tingginya permintaan masyarakat akan pengguna jasa Ekspedisi saat ini, perusahaan harus dapat mengembangkan kemampuan, keterampilan dan pengetahuannya untuk pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Kepuasan pelanggan secara individu sangat sulit dicapai karena keaneragaman keinginan pelanggan itu sendiri, oleh karena itu perusahaan di tuntut untuk lebih memahami keinginan pelanggan agar kepuasan pelanggan dapat terpenuhi. Untuk memilih jasa pengiriman barang mana yang akan digunakan tentunya selaku konsumen pasti akan memilih menggunakan jasa dengan perusahaan yang sudah terpercaya. J&T merupakan perusahaan jasa pengiriman barang yang sering digunakan oleh masyarakat Indonesia. Hal ini secara tidak langsung membuktikan tingkat kepuasan masyarakat kepada J&T cukup tinggi.

Citra merek yang berbeda dan unik dapat menciptakan differensiasi dengan para pesaing. Citra merek yang ada dimata konsumen sangat penting dalam menentukan pemakaian jasa yang akan digunakan. Salah satunya adalah agen J&T Express yang akan diteliti terletak di Kecamatan Sragi, Pekalongan. Alasan peneliti

memilih untuk melakukan penelitian di agen tersebut karena lokasi yang cukup strategis dimana di daerah sekitar lokasi terdapat beberapa jasa pengiriman barang, namun peneliti melihat J&T Express Sragi setiap bulannya mengalami peningkatan pengiriman.

Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh(Safitri, 2019), yaitu citra merk, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa pengiriman di J&T Express Jember. Oleh sebab itu dapat diartikan bahwa persepsi pelanggan atas citra merek yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, dan sebaliknya jika citra merek dipersepsikan jelek oleh pelanggan, hal ini akan dapat menurunkan tingkat kepuasan pelanggan dan menurunkan loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa pelayanan tersebut.

Kualitas pelayanan juga mempengaruhi konsumen dalam menentukan jasa pengiriman barang mana yang akan digunakan. Selain itu, perusahaan dituntut untuk menetapkan harga yang berani bersaing dengan para pesaing serta manfaat yang didapat dari harga tersebut sebanding dengan yang diterima pelanggan. Secara umum pelanggan memilih harga yang paling murah, selain murah pelanggan akan berharap setelah mengeluarkan biaya, manfaat yang diterimapun akan tinggi. Pada dasarnya setiap pelanggan ketika sudah menggunakan jasa dengan harga murah sesuai dengan kualitas yang didapat dibarengi dengan manfaat yang diterima melebihi dari yang diharapkan maka mereka akan merasa puas.

Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh(Fitria, 2019), yaitu kualitas pelayanan, harga dan tempat berpengaruh terhadap keputusan

pengguna jasa J&T Express Kota Sumenep. Hal ini berarti Hal ini berarti semakin baik harga yang diberikan kepada pelanggan, maka akan semakin meningkat loyalitas pelanggan untuk menggunakan jasa pengiriman tersebut.

Yang menjadi pertimbangan lain pelanggan sebelum mengirim barang adalah kualitas pelayanan perusahaan. Kualitas pelayanan pada perusahaan Ekspedisi sangat penting, karena pelanggan secara langsung akan menerima manfaat dari perusahaan yang dipilih sehingga ketika kualitas pelayanan suatu perusahaan ekspedisi itu buruk maka akan membuat pelanggan memilih ekspedisi yang lain untuk memenuhi tingkat kualitas pelayanan yang diharapkan. Jadi pelanggan akan menggunakan jasa pengiriman barang yang dapat melayani pelanggannya dengan baik. Jadi Pelanggan akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau melebihi dari ekspektasi.

Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh,(Sumitro, 2020), yaitu kepercayaan dan kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen JNE Cakung, sedangkan citra merek tidak memiliki pengaruh.

Tabel 1.1

Jumlah Konsumen J&T Express Sragi 2021

	September	Oktober	November	Desember
Total <i>Waybill</i>	23.106	21.134	22.130	27.898
Total PU Reguler	1.536	1.728	1.834	1.990

Sumber: J&T Express Sragi

Dari data diatas menunjukkan bahwa 3 bulan terakhir di tahun 2021, PU Reguler mengalami peningkatan setiap bulannya. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen terhadap J&T Express Sragi terus meningkat, sehingga peneliti ingin menilai faktor apa yang paling diharapkan oleh pelanggan untuk dapat mencapai tingkat loyalitas.

Tabel 1.2

Jumlah Konsumen TIKI Sragi 2021

	September	Oktober	November	Desember
Total Pengiriman	150	160	154	142

Sumber: TIKI Sragi

Dari data table 1.2, bahwa dibandingkan dengan ekspedisi lain, J&T Express Sragi jauh lebih banyak jumlah konsumen setiap bulannya. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen terhadap J&T Express Sragi jauh lebih tinggi dibandingkan ekspedisi lainnya.

Kelebihan lain yang ditawarkan J&T yaitu VIP platform dan hanya dimiliki oleh jasa ekspedisi J&T saja. VIP platform ini menjadi bukti kualitas pelayanan yang yang diberikan J&T Express sudah tak perlu diragukan lagi. Yang paling terpenting yaitu di J&T Express memiliki fasilitas klaim asuransi. Dimana, ketika terjadi sesuatu yang tidak diinginkan pada paket yang kita punya, maka kita dapat meng kalim kerugian atas barang tersebut.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan

penelitian dengan judul *“Pengaruh Citra Merk, Tarif, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Pengiriman J&T Express Sragi”*.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah Citra Merk berpengaruh terhadap loyalitas pengguna jasa pengiriman J&T Express Sragi?
2. Apakah Tarif berpengaruh terhadap loyalitas pengguna jasa pengiriman J&T Express Sragi?
3. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pengguna jasa pengiriman J&T Express Sragi?
4. Apakah Kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pengguna jasa pengiriman J&T Express Sragi?
5. Apakah Citra Merk, tarif, pelayanan, dan kepuasan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pengguna jasa pengiriman J&T Express Sragi?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini meliputi:

1. Untuk mengetahui apakah Citra Merk berpengaruh terhadap loyalitas pengguna jasa pengiriman J&T Express Sragi?
2. Untuk mengetahui apakah Tarif berpengaruh terhadap loyalitas pengguna jasa pengiriman J&T Express Sragi?
3. Untuk mengetahui apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pengguna jasa pengiriman J&T Express Sragi?
4. Untuk mengetahui apakah Kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pengguna jasa pengiriman J&T Express Sragi?

5. Untuk mengetahui apakah Citra Merk, tarif, pelayanan, dan kepuasan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pengguna jasa pengiriman J&T Express Sragi?

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat di ambil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis penelitian dapat digunakan sebagai sarana implementasi dalam perkembangan dunia Pendidikan dan perekonomian, serta dapat memberikan pembuktian secara empiris mengenai hubungan antara variable-variable Citra Merk, tarif, pelayanan, dan kepuasan terhadap loyalitas pengguna jasa pengiriman J&T Express Sragi.

2. Kegunaan Praktis

Adapun kegunaan secara praktis dari penelitian ini adalah :

- a. Bagi penulis sendiri penelitian ini untuk menambah pengetahuan dan wawasan mengenai pengaruh Citra Merk, tarif, pelayanan, dan kepuasan terhadap loyalitas pengguna jasa pengiriman J&T Express Sragi
- b. Sebagai bahan dasar acuan ataupun referensi bagi peneliti lainnya, yang akan melakukan maupun melanjutkan penelitian yang serupa dengan judul skripsi ini.
- c. Peneliti berharap agar penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan bagi *owner* usaha untuk menciptakan inovasi yang dapat menarik minat konsumen untuk menggunakan jasa pengiriman barang J&T Express Sragi.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini merupakan uraian singkat mengenai hal-hal yang akan ditulis secara sistematis bab demi bab. Materi yang akan dibahas disajikan dalam lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan gambaran awal peneliti untuk melakukan penelitian yang memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan dari bab I sampai bab V.

BAB II KERANGKA TEORI

Bab ini berisi landasan teori, tinjauan pustaka, kerangka berfikir, dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Berisi penjelasan mengenai metode yang akan digunakan dalam penelitian, mulai dari jenis penelitian, tempat penelitian, variabel penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian dan teknik pengolahan data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisi pembahasan dari hasil penelitian yang berupa analisis data baik analisis data secara deskriptif maupun analisis data berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan.

BAB V PENUTUP

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel Citra Merek (X1) terhadap Loyalitas Penggunaan Jasa Pengiriman Barang J&T Express Sragi

Berdasarkan hasil pengujian parsial (uji T) yang dilakukan melalui hasil perhitungan SPSS terhadap variabel citra merek (X1) memperoleh hasil citra merek secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna jasa pengiriman J&T Express Sragi, karena nilai Thitung yang diperoleh adalah $5,190 > T_{tabel} 1,984$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Sselaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitria Larasati & Sri Suryoko (2020).

2. Variabel Tarif (X2) terhadap loyalitas pengguna jasa pengiriman J&T Express Sragi

Berdasarkan hasil pengujian parsial (uji T) yang dilakukan melalui hasil perhitungan SPSS terhadap variabel tarif (X2) memperoleh hasil tarif secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna jasa pengiriman J&T Express Sragi, karena nilai

Thitung yang diperoleh adalah $3.487 > T_{\text{tabel}} 1,984$ dengan nilai signifikan $0,001 < 0,05$. Selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitria (2019)

3. Variabel Kualitas Layanan (X3) terhadap loyalitas pengguna jasa pengiriman J&T Express Sragi

Berdasarkan hasil pengujian parsial (uji T) yang dilakukan melalui hasil perhitungan SPSS terhadap variabel kualitas layanan (X3) memperoleh hasil kualitas layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna jasa pengiriman J&T Express Sragi, karena nilai Thitung yang diperoleh adalah $4.034 > T_{\text{tabel}} 1,984$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Nanda Ayu Eka Safitri (2019).

4. Variabel Kepuasan (X4) terhadap loyalitas pengguna jasa pengiriman J&T Express Sragi

Berdasarkan hasil pengujian parsial (uji T) yang dilakukan melalui hasil perhitungan SPSS terhadap variabel kepuasan (X4) memperoleh hasil kepuasan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna jasa pengiriman J&T Express Sragi, karena nilai Thitung yang diperoleh adalah $4.522 > T_{\text{tabel}} 1,984$ dengan nilai signifikan $0,001 < 0,05$. Selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Astani Shilawati & Sumitro, M.Sc (2020).

5. Variabel Citra Merek, Tarif, Kualitas Layanan, dan Kepuasan terhadap loyalitas pengguna jasa pengiriman J&T Express Sragi

Berdasarkan hasil pengujian simultan (uji F) melalui hasil perhitungan SPSS yang dilakukan dalam penelitian diperoleh Fhitung sebesar 35,245. Dalam pengujian ini syarat hipotesis dapat diterima apabila nilai signifikannya $< 0,05$ atau nilai Fhitung $> F_{tabel}$. F hitung yang diperoleh adalah sebesar 35,245 sedangkan nilai Ftabel adalah sebesar 3,09. Karena nilai Fhitung (35,245) $> F_{tabel}$ (3,09) maka dapat disimpulkan bahwa keempat variable independent yaitu citra merek, tarif, kualitas pelayanan, dan kepuasan secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependent yaitu loyalitas pelanggan dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.

Nilai Adjusted R *square* sebesar 0,509 ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian mampu menjelaskan variabel citra merek, tarif, kualitas pelayanan, dan kepuasan sebesar 50,9 % sedangkan sisanya sebesar 49,1 % dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

B. Saran

Guna untuk melengkapi penelitian ini, maka penulis mencoba memberikan saran-saran yang berkaitan dengan permasalahan yang dihadapi sebagai berikut:

1. Untuk penelitian selanjutnya agar cakupan area penelitian diperluas, tidak hanya satu J&T Express, serta menambah responden dan variabel

independen agar terlihat lebih bervariasi variabel yang mempengaruhi loyalitas penggunaan jasa pengiriman J&T Express.

2. Pihak J&T Express juga harus memperhatikan lebih dalam tentang citra merek, tarif, kualitas pelayanan dan kepuasan. Memberikan kualitas yang baik pada pelanggan akan menciptakan loyalitas pada pelanggan pengguna jasa pengiriman barang.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Fauzi, Muchamat .(2009). Metode Penelitian Kuantitatif, Sebuah Pengantar,Semarang: Walisongo Press
- Muri, Yusuf. (2014).Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan PenelitianGabungan, Jakarta: Kencana
- Prayitno dan Duwi. (2010).Paham Analisa Data Statistik Dengan SPSS, Yogyakarta: MediaKom
- Priyatno, Duwi.(2014).Paham Analisa Data Statistik dengan SPSS, Yogyakarta: Mediakom
- Siregar, Sofyan. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Jakarta : KencanaPrenada Kencana Group
- Siregar, Syofian. (2014). Statistic Parametric Untuk Penelitian Kuantitatif,Jakarta: Bumi Aksara
- Sugiono.(2008).Metode Penelitian Manajemen, Bandung: Alfabeta
- Sugiyono.(2009).Statistik Untuk Penelitian, cet.ke-14, Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2017). Statistik Untuk Penelitian, Bandung: Alfabeta
- Sujarweni ,Wiratna.(2016). Kupas Tuntas Penelitian Akuntansi Dengan SPSS,Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Sukestiyarno. (2014). Statistika Dasar, Yogyakarta: Andi Offset

B. Skripsi

Anggara, Willy. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Untuk Menggunakan Jasa Ekspedisi JNE Kantor Cabang

Sumatera Utara, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Astani Shilawati & Sumitro. (2020). Pengaruh Citra Perusahaan, Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pt. Jalur

Nugraha Ekakurir (Jne) Tipar Cakung Jakarta Timur), STIE Indonesia Jakarta

Ferdiansa & Resa, Yova. (2022). Pengaruh Brand Image, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasa Pengiriman Jne Cabang Tegal Besar. Undergraduate Thesis, Universitas Muhammadiyah Jember

Fitria. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Tempat Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Pada J&T Express, Kecamatan Kota Sumenep, Kabupaten Sumenep, Universitas Wiraraja

Fitria, Larasati & Sri, Suryoko. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pengguna Jasa Pengiriman Surat Kilat Khusus Pt. Pos Indonesia Di Kota Semarang), Universitas Diponegoro

Miranti & Setyaningrum. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Titipan Kilat (Tiki) D' mansion Jakarta Timur). Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta

Nanda, Ayu Eka Safitri. (2019). Pengaruh Citra Merk, Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Pengiriman J&T Express di Jember, Universitas Jember

Nurdalilah, Hasby. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Terhadap Kepuasan Konsumen Jne Express Agen Pangkalan Mansyur, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Putri, Utami & Tyara. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Dhl Express (Studi Kasus Pada Dhl Express Di Kota Bekasi). STEI Jakarta

Retno, Ayu Maulfi. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Logistik Pada Pt.

Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (Jne) Di Kota Gresik, Universitas Muhammadiyah Gresik

C. Jurnal

Akmila, Farida Damayanti. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Terhadap Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Jasa (Studi Kasus J&T Express), Diponegoro Journal Of Management, Vol.10, No.3

Erni, Setyowati. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Pemediasi, Jurnal Ekonomi Sumber Daya, Vol.18, No.2

Fifin, Anggraini. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek, Jurnal Pendidikan Ekonomi, Vol.8, No.3

Gloria, J.M Sianipar, 2019, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Pelanggan GrabBike Di Kota Medan), Jurnal Manajemen Dan Bisnis, Vol.19, No.2

Ika, Febrilia. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Transportasi Ojek Online Grab, Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia, Vol.10, No.1

- Ketut, Valien Wira Atmaja.(2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Pos Cabang Singaraja, Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha, Vol.10, No.1
- Rahayu, Mardikaningsih.(2021). Pencapaian Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman Barang Melalui Harga Ekuitas Merek, dan Kualitas Pelayanan, Jurnal Baruna Horizon, Vol.4, No.1
- Rini, Sugiarsih.(2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang, Journal Of Strategic Communication, Vol.10, No.1
- Ripka, Seriidahnaita Ginting.(2022). Pengaruh Harga, Ketepatan Waktu Pengiriman, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Jasa Pengiriman Barang di JNE (Studi Kasus Pada PT. JNE Katamso Medan), Jurnal Ilmiah Kohesi, Vol.6, No.1
- Rizaldi, Cholif Arahman. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasa Pengiriman Barang J&T (Studi Kasus J&T Express Kecamatan Purwasari Kabupaten Kerawang), Jurnal Mirai management, Vol.7, No.1