

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA,  
CITRA MEREK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN DAN  
LOYALITAS PELANGGAN J&T EXPRESS**

(Studi Pada Pelanggan J&T Express di Kota Yogyakarta)

***EFFECT OF PRECEPTION SERVICE QUALITY, PRICE PERCEPTION,  
BRAND IMAGE AND PROMOTION ON CUSTOMER SATISFACTION AND  
LOYALTY J&T EXPRESS***

(Study on J&T Express Customers in Yogyakarta)



Oleh

**DITA SELIANA**

**20140410432**

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

**2018**

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA,  
CITRA MEREK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN DAN  
LOYALITAS PELANGGAN J&T EXPRESS**

(Studi Pada Pelanggan J&T Express di Kota Yogyakarta)

***EFFECT OF PERCEPTION SERVICE QUALITY, PRICE PERCEPTION,  
BRAND IMAGE AND PROMOTION ON CUSTOMER SATISFACTION AND  
LOYALTY J&T EXPRESS***

(Study on J&T Express Customers in Yogyakarta)

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi  
Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh

**DITA SELIANA**

**20140410432**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2018**

**SKRIPSI**

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA,  
CITRA MEREK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS  
PELANGGAN J&T EXPRESS**

(Studi Pada Pelanggan J&T Express di Kota Yogyakarta)

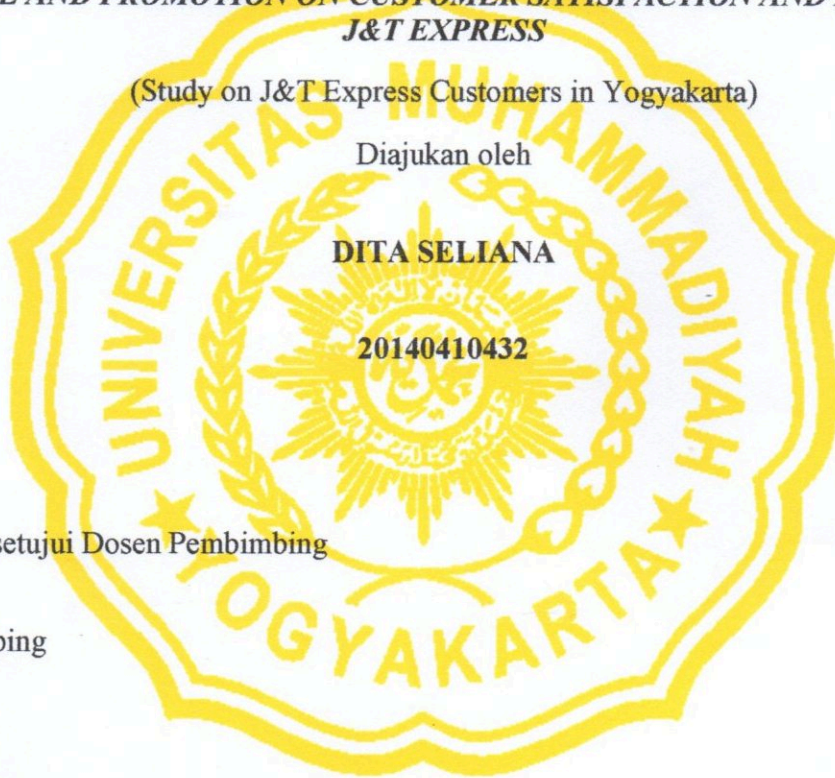
***EFFECT OF PERCEPTION SERVICE QUALITY, PRICE PERCEPTION, BRAND  
IMAGE AND PROMOTION ON CUSTOMER SATISFACTION AND LOYALTY  
J&T EXPRESS***

(Study on J&T Express Customers in Yogyakarta)

Diajukan oleh

**DITA SELIANA**

**20140410432**



Telah disetujui Dosen Pembimbing

Pembimbing

Sutrisno Wibowo, S.E., MM.  
NIK. 19690801199303 143 030

Tanggal, 15 November 2018

**SKRIPSI**

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA,  
CITRA MEREK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN DAN  
LOYALITAS PELANGGAN J&T EXPRESS**  
(Studi Pada Pelanggan J&T Express di Kota Yogyakarta)

**EFFECT OF PERCEPTION SERVICE QUALITY, PRICE PERCEPTION,  
BRAND IMAGE AND PROMOTION ON CUSTOMER SATISFACTION  
AND LOYALTY J&T EXPRESS**  
(Study on J&T Express Customers in Yogyakarta)


Diajukan oleh

**DITA SELIANA**  
**20140410432**


Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan Dewan Penguji Program  
Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah  
Yogyakarta

**Tanggal 17 Desember 2018**

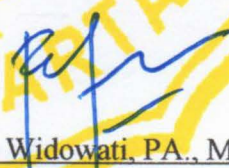
Yang terdiri dari



Siti Dyah Handayani, Dr., S.E., M.M.  
Ketua Tim Penguji





Sutrisno Wibowo, S.E., M.M.  
Anggota Tim Penguji



Retno Widowati, PA., M.Si., Ph.D.  
Anggota Tim Penguji

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Rizak Yaya, SE., M.Sc., Ph.D., Ak. CA.  
NIK 19731218199904143 068

## PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Dita Seliana

Nomor Mahasiswa : 20140410432

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN J&T EXPRESS (Studi Pada Pelanggan J&T Express di Kota Yogyakarta)”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 17 Desember 2018



Dita Seliana

## **Motto**

### **“Man Jadda Wajada”**

“Siapa yang bersungguh-sungguh akan berhasil.”

### **“Inama Amruhu Idza Arada Sya’ian An Yaqula Lahu Kun Fayakun”**

“Sesungguhnya urusannya-Nya apabila Dia menghendaki sesuatu hanyalah berkata kepadanya, Jadilah! Maka jadilah ia.”

(QS. Yasin: 82).

## **Persembahan**

Skripsi ini kupersembahkan untuk,  
Allah SWT,  
Kepada kedua Orangtua dan Kakak saya  
Terimakasih kepada Mama dan Papa yang selalu menyayangiku, mencintaiku,  
mendidikku dan memberikan segalanya yang terbaik untukku...

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Citra Merek dan Promosi Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan J&T Express. Subjek dalam penelitian ini adalah pelanggan J&T Express di Kota Yogyakarta yang telah menggunakan jasa pengiriman di J&T Express minimal dua kali dalam 6 bulan terakhir, dalam penelitian ini sampel berjumlah 200 responden yang dipilih dengan metode *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Model (SEM)*.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa Persepsi Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, persepsi kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, promosi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, persepsi kualitas pelayanan memediasi persepsi kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, persepsi harga, kepuasan pelanggan memediasi persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan tidak mampu memediasi citra merek terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan memediasi promosi terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci : Persepsi Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Citra Merek, Kepuasan, Loyalitas Pelanggan



## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the Effect of Service Quality Perception, Price Perception, Brand Image and Promotion on J & T Express Customer Satisfaction and Loyalty. The subjects in this study were J & T Express customers in the city of Yogyakarta who had used shipping services at J & T Express at least twice in the last 6 months, in this study a sample of 200 respondents were selected by purposive sampling method. The analytical tool used is the Structural Equation Model (SEM).*

*Based on the analysis that has been done the results show that Service Quality Perception has a significant effect on customer satisfaction, price perception has a significant effect on customer satisfaction, brand image has a significant effect on customer satisfaction, promotion has a significant effect on customer satisfaction, perceived service quality has a significant effect on customer loyalty, promotion has a significant effect on customer loyalty, customer satisfaction has a significant effect on customer loyalty, perceptions of service quality mediate perceptions of service quality on customer loyalty, price perception, customer satisfaction mediates price versus customer loyalty, satisfaction customers mediate promotions for customer loyalty.*

*Keywords: Perception of Service Quality, Price Perception, Brand Image, Satisfaction, Customer Loyalty*

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia, dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Citra Merek dan Promosi Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan J&T Express, (Studi Pada Pelanggan J&T Express di Kota Yogyakarta)”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi J&T Express dan memberikan ide pengembangan bagi penelitian selanjutnya.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, bapak Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak, CA. yang telah memberikan petunjuk, bimbingan dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
2. Bapak Sutrisno Wibowo S.E., M.M , sebagai dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing, memeriksa, serta memberikan petunjuk-petunjuk serta saran dalam penyusunan skripsi ini.
3. Mama, Papa, kak Odit, mba Friska dan keponakan yang tercinta Arsakha Putra atas curahan kasih sayang, doa dan dorongan yang diberikan selama ini.

4. Andila Primahutomo, S.H., yang selalu memotivasi dan dengan penuh kesabaran selalu mendengarkan keluh kesah penulis selama penyusunan skripsi.
5. Sahabat-sahabat terbaikku Nadya Selma dan Anelies Praramadhani, atas bantuan dan dorongan yang diberikan kepada penulis.
6. Sahabat-sahabat terbaikku selama di bangku perkuliahan Satna, Deviana, Dea, dan Husnul selalu memberi motivasi dan telah mau memberi kritik dan saran.
7. Seluruh rekan-rekan di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, khususnya Program Studi Manajemen angkatan 2014 yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan kepada penulis

Akhir kata, semoga Allah melimpahkan karunia-Nya dan membalas segala amal kebaikan pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan laporan ini dan semoga tulisan ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, 17 Desember 2018

Dita Seliana

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN .....	iv
Motto.....	v
Persembahan .....	vi
INTISARI .....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	8
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Manfaat Penelitian .....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	12
A. Landasan Teori.....	12
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	17
C. Penurunan Hipotesis .....	21
D. Model Penelitian .....	32
BAB III METODE PENELITIAN .....	34
A. Objek dan Subjek Penelitian.....	34
B. Jenis Data .....	35
C. Teknik Pengambilan Sampel .....	35
D. Teknik Pengumpulan Data.....	35
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	37
F. Uji Kualitas Instrumen .....	40
G. Analisis Data Dan Pengujian Hipotesis .....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PENJELASAN.....	46
A. Gambaran Umum Objek/Subjek Penelitian.....	46
B. Uji Kualitas Instrumen dan Data.....	47
C. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis) .....	52

D. Pengujian Hipotesis .....	62
E. Pembahasan (Interpretasi).....	71
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN.....	87
A. Simpulan .....	87
B. Keterbatasan Penelitian.....	89
C. Saran .....	90
DAFTAR PUSTAKA .....	91
LAMPIRAN 1	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3. 1 Keterangan Nilai Skor.....	37
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	39
Tabel 3. 3 Goodness of Fit Index.....	45
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas & Reliabilitas .....	47
Tabel 4. 2 Statistik Deskriptif Variabel Persepsi kualitas pelayanan .....	49
Tabel 4. 3 Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Harga .....	49
Tabel 4. 4 Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek .....	50
Tabel 4. 5 Statistik Deskriptif Variabel Promosi .....	50
Tabel 4. 6 Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan .....	51
Tabel 4. 7 Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan .....	51
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas .....	55
Tabel 4. 9 Hasil Pengujian Outliers .....	57
Tabel 4. 10 <i>Notes For Model Notes For Model (Default model) Computation of degrees of freedom (Default model)</i> .....	59
Tabel 4. 11 Menilai goodness of fit .....	60
Tabel 4. 12 Hubungan antar variabel.....	63
Tabel 4. 13 <i>Standardized Direct Effects</i> (Group number 1 - Default model).....	68
Tabel 4. 14 <i>Standardized Indirect Effects</i> (Group number 1 - Default model) .....	68

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian .....	32
Gambar 4. 1 Diagram Alur, Lampiran 4 .....	53
Gambar 4. 2 Persamaan Struktural, Lampiran 4.....	54
Gambar 4. 3 Nilai Batas Mahalonobis Distance, Lampiran 6 .....	57